



TESE DE DOUTORAMENTO

PROPUESTA METODOLÓGICA DE ANÁLISIS MULTIDIMENSIONAL DEL TURISMO A ESCALA LOCAL. El impacto de la emergente actividad turística en Fisterra.

Oleg Lazovski Bakhirev

ESCOLA DE DOUTORAMENTO INTERNACIONAL
PROGRAMA DE DOUTORAMENTO EN DESENVOLVEMENTO
REGIONAL E INTEGRACIÓN ECONOMICA

SANTIAGO DE COMPOSTELA

2020





DECLARACIÓN DEL AUTOR DE LA TESIS

Propuesta metodológica de análisis multidimensional del turismo a escala local. El impacto de la emergente actividad turística en Fisterra.

D. Oleg Lazovski Bakhirev

Presento mi tesis, siguiendo el procedimiento adecuado al Reglamento, y declaro que:

- 1) La tesis abarca los resultados de la elaboración de mi trabajo.
- 2) En su caso, en la tesis se hace referencia a las colaboraciones que tuvo este trabajo.
- 3) La tesis es la versión definitiva presentada para su defensa y coincide con la versión enviada en formato electrónico.
- 4) Confirmo que la tesis no incurre en ningún tipo de plagio de otros autores ni de trabajos presentados por mí para la obtención de otros títulos.

En Santiago de Compostela, ... de octubre de 2020

Fdo. Oleg Lazovski Bakhirev





AUTORIZACIÓN DEL DIRECTOR / TUTOR DE LA TESIS

Propuesta metodológica de análisis multidimensional del turismo a escala local. El impacto de la emergente actividad turística en Fisterra.

D. Melchor Fernández Fernández

INFORMA:

*Que la presente tesis, corresponde con el trabajo realizado por D. **Oleg Lazovski Bakhirev**, bajo mi dirección, y autorizo su presentación, considerando que reúne los requisitos exigidos en el Reglamento de Estudios de Doctorado de la USC, y que como director de ésta no incurre en las causas de abstención establecidas en Ley 40/2015.*

En Santiago de Compostela, ... de octubre de 2020

Fdo. Melchor Fernández Fernández



Llegado a este punto tan especial de mi vida, y tras cinco años de contratiempos y alegrías, agradezco de todo corazón a:

... Mi mujer, que siempre ha estado a mi lado en los momentos más difíciles y frustrantes.

... Mi familia, por dar ese apoyo emocional y también económico.

... A Melchor F., por su paciencia, su ahínco y por mostrarme que la investigación puede llegar a ser algo apasionante.

... A mis amigos, por no escatimar en palabras de ánimo.

... A Luis F., por ayudarme con esos números tan escurridizos.

... A Xerardo P., por acogirme como a uno más durante la estancia investigadora.

... Valerià P. por ayudarme a dar los primeros pasos.

... Al equipo de profesores de Fundamentos de Análisis Económica de la USC, que siempre me han tendido una mano en los momentos más complicados.

... A todos mis compañeros y compañeras del IDEGA, que han sabido proporcionarme un segundo hogar durante mi investigación.

... A toda la población del Concello de Fisterra, cuya colaboración ha hecho posible que esta tesis sea una realidad.





A mi familia



Resumen

La aparición de un nuevo sector económico (como el turismo) en un espacio rural con unas dinámicas aun arraigadas al sector primario, casi siempre provoca una transformación en los principales ámbitos (socioeconómico, político, medioambiental, etc.). En las últimas décadas, el desarrollo turístico en muchos núcleos rurales ha convertido a las actividades vinculadas al turismo en la primera fuente de ingresos, modificando las relaciones sociales existentes previamente. Dada esta situación, la información vinculada al sector se ha convertido en la principal baza de gestión de los modelos turísticos por parte de los agentes público-privados. No obstante, la ausencia o la escasez informativa genera incertidumbre y limita la planificación estratégica y táctica tanto del sector público como del sector privado, lo que al final produce ineficacia en el gobierno local e ineficiencia social y económica generalizada. Esta investigación tiene como principal objetivo analizar los impactos socioeconómicos del desarrollo de la actividad turística en un municipio turístico gallego (Fisterra) con especial atención de sus efectos sobre la cohesión social y el equilibrio territorial. Como objetivo secundario, se ofrece una herramienta práctica que facilite un análisis multidimensional del modelo turístico local. Dicho estudio pretende facilitar la elaboración de planes y la adopción de medidas concretas en base a información contrastada que permitan la corrección y/o la mejora de los impactos del producto turístico actual.



Summary

The emergence of a new economic sector (such as tourism) in a rural area with dynamics still rooted in the primary sector, most of the time causes a transformation in the main domains (socio-economic, political, environmental, etc.) In the last few decades, the development of tourism in many rural areas has turned activities linked to tourism into their main source of income, thus modifying previously existing social relations. As a result, information linked to the sector has become the main element for public-private agents when managing their respective tourist models. However, the absence or lack of information generated uncertainty and constrains the strategic and tactical planning of both public and private sectors, ultimately leading to ineffectiveness in local government and widespread social and economic inefficiencies. The main aim of this research is to analyse the socio-economic impacts derived from the development of the tourist activity in a Galician tourist municipality (Fisterra) by paying special attention to its effects on both social cohesion and territorial balance. As a secondary objective, it develops a practical tool aimed at enabling a multidimensional analysis of the municipality's tourist model. This study aims to facilitate the elaboration of plans and the adoption of concrete measures based on contrasting information that will enable the correction and/or improvement of the impacts derived from the current tourism product.



Resumo

A aparición dun novo sector económico (como o turismo) nun espazo rural cunhas dinámicas aínda arraigadas ao sector primario, case sempre provoca unha transformación nos principais ámbitos (socioeconómico, político, ambiental, etc.). Nas últimas décadas, o desenvolvemento turístico en moitos núcleos rurais converteu ás actividades vinculadas ao turismo na primeira fonte de ingresos, modificando as relacións sociais existentes previamente. Dada esta situación, a información vinculada ao sector converteuse na principal baza de xestión dos modelos turísticos por parte dos axentes público-privados. Con todo, a ausencia ou a escaseza informativa xera incertidume e limita a planificación estratéxica e táctica tanto do sector público como do sector privado, o que ao final produce ineficacia no goberno local e ineficiencia social e económica xeralizada. Esta investigación ten como principal obxectivo analizar os impactos socioeconómicos do desenvolvemento da actividade turística nun municipio turístico galego (Fisterra) con especial atención dos seus efectos sobre a cohesión social e o equilibrio territorial. Como obxectivo secundario, ofrécese unha ferramenta práctica que facilite unha análise multidimensional do modelo turístico local. Devandito estudo pretende facilitar a elaboración de plans e a adopción de medidas concretas en base a información contrastada que permitan a corrección e/ou a mellora dos impactos do produto turístico actual.



Índice

INTRODUCCIÓN: MOTIVACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGIA.....	29
El papel del turismo en la transformación del medio rural	29
El Camino de Santiago como eje vertebrador de Galicia.....	30
¿Es relevante el diseño del producto turístico en el desarrollo de las áreas rurales en declive?.....	32
Objetivo de la Investigación.....	34
Fisterra una realidad rural compleja y heterogénea.....	36
Metodología.....	40
Limitaciones	45
Plan Analítico: Una visión rápida	48
CAPÍTULO 1.- ACTIVIDAD TURISTICA Y DESARROLLO RURAL.....	51
1.1.- Introducción	51
1.2.- Reestructuración rural en el ámbito europeo y nuevos enfoques bottom-up	53
1.3.- Desarrollo rural del siglo XXI	56
1.4.- Europa y turismo	59
1.5.- Turismo y desarrollo rural.....	61
Turismo rural en España	67
Espacios rurales en Galicia	72
Turismo rural en Galicia	74
El Camino de Santiago	78
1.6. Conclusiones	87

CAPÍTULO 2: CARACTERIZACIÓN SOCIOECONOMICA DEL ÁREA DE ESTUDIO.....	89
2.1.- Características generales	89
2.2- Demografía	90
2.3. Actividad Económica, desarrollo y cohesión social	94
2.4. Un débil mercado de trabajo	96
Estacionalidad del empleo.....	104
Evolución de la tasa de empleo	106
2.5. Especialización en la actividad turística	108
2.6. Fisterra y el Camino de Santiago	110
2.7. Resumen y conclusiones	112
CAPÍTULO 3: EL DESARROLLO TURISTICO DE UN DESTINO EMERGENTE: CARACTERIZACIÓN Y DINAMICA DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL.....	113
3.1. Introducción	113
3.2. Evaluar el impacto de la actividad turística a partir del comportamiento de la oferta.....	116
3.3. Una descripción breve de la oferta turística en Fisterra en relación al geodestino Costa da Morte	119
3.4. La estructura empresarial en Fisterra.....	123
3.5. ¿Cuál es el comportamiento de la oferta y su valoración del modelo de desarrollo de Fisterra?	126
3.5.1. La opinión de los empresarios.....	126
3.5.2. La evolución de la economía de Fisterra y su relación con la opinión de los empresarios	133
3.6 Resumen y Conclusiones	145
CAPÍTULO 4: APROXIMACIÓN AL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DESDE LA DEMANDA	149
4.1. Introducción	149

4.1.1. Perfil y gasto	150
4.1.2 Valoración.....	154
4.1.3 Masificación.....	155
4.1.4 Estimación del impacto cuantitativo: perfil más número	156
4.2. Metodología.....	157
4.3. Análisis descriptivo de la demanda turística en Fisterra	159
4.3.1 Caracterización de los diferentes perfiles del visitante de Fisterra	159
4.3.2. Valoración de los recursos turísticos a través de la percepción de la demanda.....	168
4.3.3. Masificación turística del destino según la percepción de la demanda.....	171
4.3.4. Consideraciones generales	174
4.4. De los perfiles predefinidos a los perfiles estimados: Aplicación del análisis Cluster para determinar las tipologías de visitantes de Fisterra.....	177
4.5. Resumen y Conclusiones.....	185
CAPÍTULO 5. LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO Y LOS IMPACTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE LA POBLACIÓN RESIDENTE	187
5.1.- Introducción	187
5.2.- Características de la realidad socioeconómica de Fisterra....	189
Transición pesca turismo	189
Economía y oportunidades laborales	190
Despoblación y envejecimiento	191
La administración local y los servicios públicos	192
Saturación y medioambiente.....	193
5.3.- Metodología	194
5.4 Resultados	199
Percepción de las principales problemáticas locales	199
La percepción derivada de los aspectos económicos.....	200

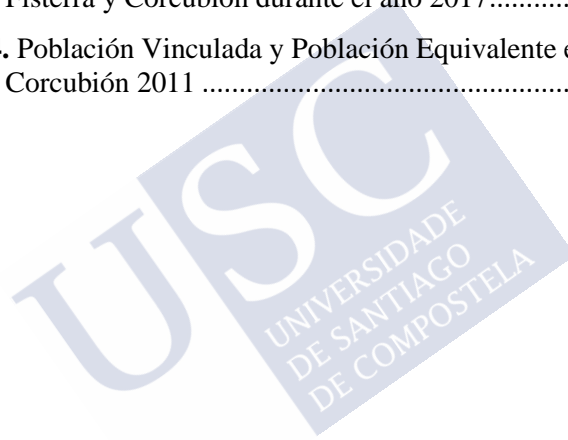
La percepción derivada de los aspectos socioculturales	202
La percepción derivada de los aspectos ambientales	204
La percepción derivada de los aspectos globales	205
5.5.- Resumen y Conclusiones	208
RESUMEN, CONCLUSIONES PRINCIPALES Y LINEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS	209
ANEXO I: PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ESTIMAR LOS VISITANTES A ESCALA LOCAL	217
A.1.-Justificación	217
A.2. Relación entre Turismo y Capacidad de Carga.....	223
A.3. Estimación de la población flotante a partir de las cifras de generación mensual de residuos sólidos urbanos	225
A.4. Resultados y Conclusiones	233
ANEXO II. CONTENIDO DEL CUESTIONARIO A EMPRESARIOS	237
ANEXO III. CONTENIDO DEL CUESTIONARIO A VISITANTES.....	241
ANEXO IV. CONTENIDO DEL CUESTIONARIO A RESIDENTES.....	246

CUADROS:

Cuadro 1: Referencias metodológicas vinculadas al estudio de los impactos turísticos a escala local	42
Cuadro 2: Evolución numero viajeros en Europa (turismo domestico y turismo extranjero) 2006-2017	69
Cuadro 3: Ocupación anual y estancia media en los alojamientos rurales España-Galicia (2007-2017)	78
Cuadro 4: Evolución de cantidad de peregrinos y su proporción según origen (2004-2018)	81
Cuadro 5: Reparto de la demanda de usuarios del Camino de Santiago según la vía (2004-2018)	82
Cuadro 6: Distribución mensual de los usuarios del Camino de Santiago (2004-2019)	85
Cuadro 7: Indicadores Demográficos	91
Cuadro 8: Indicadores Económicos	94
Cuadro 9: Población ocupada por sectores en el municipio de Fisterra (1991-2017)	97
Cuadro 10: Principal sector de actividad por número de afiliados 2018	99
Cuadro 11: Indicadores Mercado de Trabajo Fisterra 2018. Perfil de los contratos y del paro registrado	100
Cuadro 12: Indicadores laborales	102
Cuadro 13: Ocupaciones mas contratadas	103
Cuadro 14: Ocupaciones mas demandadas por los parados registrados	104
Cuadro 15: Grado de ocupación, estancia media y ratio plazas hoteleras por empleado vinculado (Costa da Morte)	122
Cuadro 16: Distribución proporcional de la demanda turística en Costa da Morte (1999-2017)	122

Cuadro 17. Estructura empresarial de Fisterra (número de empresas) por número de empleados (2017).....	124
Cuadro 18. Estructura de las dimensiones del impacto percibido.....	127
Cuadro 19. Explicación evolución del paro total por sectores	137
Cuadro 20. Promedio de apertura y distribución del personal laboral	139
Cuadro 21. Distribución de los ingresos del empresariado de Fisterra	139
Cuadro 22. Regresión probit multinomial (primera parte).....	141
Cuadro 23. Regresión probit multinomial (2a parte)	142
Cuadro 24. Efectos marginales (1ª parte).....	143
Cuadro 25. Efectos marginales (2a parte)	144
Cuadro 26. Metodología de Análisis.....	157
Cuadro 27. Metodología Distribución proporcional de la demanda turística de Fisterra (noviembre 2017 – septiembre 2018).....	161
Cuadro 28. Formato del viajero según tipología de acompañante	162
Cuadro 29. Medios de transporte usados por los subgrupos de demanda.	163
Cuadro 30. Alojamiento escogido según el subgrupo de la demanda.....	164
Cuadro 31. Estancia media según subgrupo de la demanda.....	165
Cuadro 32. Distribución del gasto medio diario según subgrupo de la demanda (en euros) y el porcentaje de usuarios.....	166
Cuadro 33. Lugar de procedencia de cada subgrupo y su respectivo gasto medio diario.....	167
Cuadro 34. Valoraciones de diferentes factores por subgrupos de la demanda	168
Cuadro 35. Observaciones del estado de los recursos locales por subgrupos	170
Cuadro 36. Percepción de masificación turística según subgrupo de la demanda y el espacio	173
Cuadro 37. Valoraciones generales y origen por subgrupos de la demanda	176

Cuadro 38. Principales características de los Perfiles identificados	182
Cuadro 39. Aportaciones de propuestas metodológicas complementarias	196
Cuadro 40. Dimensiones del impacto percibido	197
Cuadro 41. Distribución de los encuestados por parroquia y grupo de edad.....	198
Cuadro 42. Distribución RSU recogidos Fisterra y Corcubión durante el año 2017	229
Cuadro 43. Estimación de la población total en los municipios de Fisterra y Corcubión durante el año 2017.....	230
Cuadro 44. Población Vinculada y Población Equivalente en Fisterra y Corcubión 2011	232





GRÁFICOS

Gráfico 1: Evolución del número de alojamientos rurales en España (1994-2017).....	70
Gráfico 2: Evolución del número de alojamientos rurales en Galicia (1996-2017).....	76
Gráfico 3: Distribución de los Peregrinos que recogen la Compostela por Motivación (2004-2018)	80
Gráfico 4: Distribución pernoctaciones en alojamientos de Turismo Rural y del número de Peregrinos. Año 2019	85
Gráfico 5: Evolución demográfica de Fisterra según grandes grupos de edad (1998-2017)	92
Gráfico 6: Número de embarcaciones vinculadas a la Cofradía de Fisterra (2002-2018).....	97
Gráfico 7: Evolución demográfica y alojativa del municipio de Fisterra (2007-2017).....	98
Gráfico 8: Altas en Seg. Social según régimen escogido (2003-2018).....	105
Gráfico 9: Dinámica comparada de la afiliación, Galicia, A Coruña y Fisterra	106
Gráfico 10: Cociente Afiliados entre Poboación potencialmente activa (20-64). Ano 2018.....	107
Gráfico 11: Especialización en servicios de alojamiento (datos de empresas)	109
Gráfico 12: Especialización en Servizos de comidas e bebidas (datos de empresas)	110
Gráfico 13: Evolución de establecimientos hoteleros (promedio anual) en Costa da Morte (2003-2018).	120
Gráfico 14: Distribución según meses de apertura de las empresas de restauración y hostelería de Fisterra.....	128

Gráfico 15: Grado de dependencia de los proveedores locales y comarcales de las empresas turísticas de Fisterra.....	130
Gráfico 16: Proporción de la facturación anual y estival según el perfil del consumidor (empresas turísticas y no turísticas).	131
Gráfico 17: Análisis de la percepción empresarial sobre los efectos de la actividad turística.....	132
Gráfico 18: Evolución del numero de desempleados por sector (paro registrado).....	134
Gráfico 19: Series desempleo desestacionalizadas.....	135
Gráfico 20: Tipología de alojamiento escogido por la demanda turística .	164
Gráfico 21: Proporción de la demanda que percibe masificación turística	172
Gráfico 22: Valoraciones de satisfacción por subgrupo de la demanda.....	175
Gráfico 23: Motivo del viaje peregrinación por perfil	184
Gráfico 24: Motivo del viaje vacaciones por perfil.....	185
Gráfico 25: La percepción de las principales problemáticas del municipio.....	199
Gráfico 26: La percepción de los diferentes factores del bloque económico	201
Gráfico 27: La percepción de los diferentes factores del bloque sociocultural	202
Gráfico 28: La percepción de los diferentes factores del bloque ambiental	205
Gráfico 29: La percepción de los diferentes factores del bloque general..	206
Gráfico 30: Valoración global de varios aspectos a nivel municipal (de 1 a 5).....	207
Gráfico 31: RSU Fisterra - Corcubión. Evolución mensual año 2017 en porcentaje.	227
Gráfico 32: RSU Madrid. Evolución mensual año 2013 en porcentaje. ...	228
Gráfico 33: Distribución de la población residente y vinculada de los municipios de Fisterra y Corcubión.....	231

MAPAS:

Mapa 1: Concentración de los alojamientos turísticos en Galicia.....	38
Mapa 2: Clasificación de las parroquias según grado de urbanización y los Camiños a Santiago de Compostela	81
Mapa 3: Los Municipios de Galicia según el grado de Urbanización (GU 2016)	93
Mapa 4: Os Camiños a Santiago de Compostela.....	111

FIGURAS:

Figura 1: Metodología de Investigación.....	43
Figura 2: Plan Analítico	48
Figura 3: Principales características vinculadas a la actividad turística en Costa da Morte	121
Figura 4: Clasificación Tradicional Visitantes (por duración de la estancia): Aplicación a Fisterra	151



INTRODUCCIÓN: MOTIVACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGIA

EL PAPEL DEL TURISMO EN LA TRANSFORMACIÓN DEL MEDIO RURAL

Desde la década de los 1990 los territorios rurales gallegos se han visto sometidos una serie de cambios que han influenciado notablemente en las dinámicas económicas y demográficas de dichos espacios. La continua concentración del crecimiento en el corredor atlántico ha creado un severo problema territorial (Aldrey et al. 2008; Bouzada, 2003) dejando a los espacios rurales de interior en un escenario delicado, algo que con características propias también ha ocurrido en la denominada Costa da Morte.¹ La ausencia de una clara orientación agraria o empresarial, que permita sostener una producción autogenerada, facilita el hundimiento del viejo sistema de rentabilización del campesino (Aldrey et al. 2008). De esta manera, más de un tercio de la superficie total de Galicia se encuentra en esta situación que requiere de intervenciones urgentes favorecedoras en desarrollo económico y de creación de puestos de trabajo, pero que necesita dotarse de estrategias territoriales y productivas claras, algo que no ha sucedido hasta ahora (Lois, 2004).

Las actividades turísticas en los espacios rurales gallegos es un fenómeno bastante reciente (Besteiro, 2006) que atraviesa por una fase

¹ A Costa da Morte, área conformada por diez y siete municipios costeros del litoral Norte de Galicia es un territorio claramente rural, pero que por su carácter litoral quizás no ha sido objeto de la misma preocupación ni ha contado con un tratamiento similar a las áreas rurales interiores ni política ni académicamente. Hoy en día, A Costa da Morte es uno de los principales geodestinos de Galicia y base de la promoción turística de Galicia.

de desarrollo lejos aún de una clara consolidación. Autores como Canoves et al. (2005); Cebrián & García (2010) asocian la aparición de la actividad turística con una nueva plurifuncionalidad del rural gallego. Pérez Fra (2003) añade que parece existir una cierta concepción de que la actividad turística es la respuesta al declive de la agricultura, relegando el papel que pueden desarrollar otras pequeñas empresas de producción y servicios. Una buena parte de la comunidad científica (Besteiro, 2006; Carballo et al. 2016; Canoves et al. 2005; Jurado & Pazos-García, 2016) afirman que la actividad turística permite la fijación de población en áreas de importante despoblamiento además de poner en valor el patrimonio local, revitalizando costumbres y tradiciones. Por otro lado, hay muchas voces que apuntan al fracaso del turismo rural gallego (Paül, 2013), que queda demostrado por la baja ocupación anual de los alojamientos. Pereiro (2015) coincide que en los últimos años la actividad turística en el rural gallego no ha conseguido aumentar la producción agraria, no se ha articulado con el tejido económico local y ni siquiera ha sido capaz de convertirse en una actividad rentable económicamente, y por lo tanto no ha sido capaz de fijar mucha población y crear una dinámica económica positiva a partir de la generación de nuevos empleos en el rural.

EL CAMINO DE SANTIAGO COMO EJE VERTEBRADOR DE GALICIA

A día de hoy el Camino de Santiago, un itinerario cultural basado en turismo de peregrinación, se considera uno de los productos turísticos más exitosos vinculado a los espacios rurales de Galicia. Autores como Andrade (2011) afirman que la concepción primitiva de la ruta jacobea como una modalidad de turismo religioso ha evolucionado hacia un significado cultural más dilatado, aportando una nueva dimensión: como factor dinamizador en los espacios rurales por los que transcurre.

Aunque en los últimos veinte años se ha vivido una cierta euforia debido al creciente número de peregrinos, algunos autores (Santos, 2006) apuntan hacia un agotamiento del modelo basado en la promoción, a la amenaza de la masificación y a la incapacidad para generar dinamismo en los territorios atravesados por las distintas rutas. Los estudios de autores como Andrade (2011) han permitido mostrar la debilidad de los impactos del Camino de Santiago en su tramo francés. el mismo autor afirma, que las repercusiones desde el punto de vista socioeconómico, no han sido todo lo efectivas que cabría esperar puesto que, a pesar de indudables elementos positivos, esta ruta no está logrando generar una dinámica de crecimiento (ni económico ni demográfico) sobre los municipios que atraviesa. Autores como Santos (2006) señalan que la red pública y gratuita de albergues ayudó a incrementar los flujos, probablemente en exceso, pero redujo significativamente el impacto económico y dificultó la creación de productos secundarios a lo largo del camino. El mismo autor afirma que la estructura del producto (limitado a una pernoctación por establecimiento) imposibilita el aprovechamiento de itinerarios complementarios que enriquezcan la experiencia turística, que generen flujos alternativos y que alarguen la estancia del viajero incrementando también su nivel de gasto. No obstante, estudios recientes han mostrado el enorme impacto del Camino de Santiago en el desarrollo de los municipios rurales de interior (Fernández y Riveiro 2018; Bande, Fernández y Riveiro 2018, Fernández, Fernández-Mendez y Riveiro 2019) ofreciendo datos objetivos en términos de empleo, especialización productiva o nivel de renta, además de una percepción global positiva por parte de los residentes. En particular, Fernández, Fernández-Mendez y Riveiro (2019) muestran como los residentes de Pedrafita do Cebreiro y Melide, dos municipios característicos del Camino Francés (el más rural y el más urbano dentro del recorrido

gallego) consideran que la existencia del Camino de Santiago y la afluencia de peregrinos generan más beneficios que perjuicios, y que su existencia ha contribuido a la prosperidad de estos municipios e incluso a frenar el declive demográfico (que no a modificar su signo). También es mayoritaria la percepción de un impacto positivo sobre la conservación del patrimonio cultural y las oportunidades de intercambio cultural que permite.

Por todo ello, a pesar del fuerte carácter estacional del Camino de Santiago se observa una fuerte predisposición a la hora de fomentar dicha actividad por parte de las administraciones públicas locales y regionales, relegando otras actividades turísticas a un segundo plano, en gran medida por que esas alternativas no parecen tener el mismo potencial, algo que ya fue señalado por autores como Paül (2013). No obstante, Besteiro (2004) afirma que otras actividades turísticas como el turismo marítimo que puede ser practicado en cualquier época del año, puede jugar un notable papel en la desestacionalización de la oferta turística gallega, con lo que permite la dinamización de ciertas áreas en retroceso económico tradicionalmente vinculadas con el mar.

¿ES RELEVANTE EL DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO EN EL DESARROLLO DE LAS ÁREAS RURALES EN DECLIVE?

En las últimas décadas, toda Europa está siendo testigo de grandes transformaciones en los espacios rurales debido a una pérdida de protagonismo por parte del sector primario, lo que a su vez permite la incorporación de otras actividades entre las que ha destacado el turismo. En 2005 el Comité Económico y Social Europeo elaboró un dictamen sobre “La contribución del turismo a la recuperación socioeconómica en las zonas de declive”, que propone el sector turístico como un agente recuperador para las economías rurales estancadas (Valdés & Del Valle,

2010). En efecto, la incorporación del turismo al ámbito rural despertó un gran interés, principalmente al ser la primera iniciativa pública propuesta para ralentizar el proceso de deterioro económico-social de las áreas rurales desfavorecidas (Esparcia et al., 2000). Después de años de desarrollo, el impacto de la actividad turística en áreas rurales no es homogéneo, generando dinámicas que van mucho más allá de lo meramente económico. El reciente auge de los servicios vinculados a la actividad turística está influyendo en el tejido social, en la reestructuración de los mercados laborales locales y en consecuencia en las dinámicas socio-económicas del territorio.

En el caso gallego se puede detectar una progresiva incorporación de la actividad turística al resto de las actividades rurales e incluso se observa la proliferación de espacios donde el turismo se propone como el principal sustituto de la actividad agraria, convirtiendo así al sector servicios en el eje principal de la economía local y las relaciones socioeconómicas de los agentes vinculados, en un rápido proceso de ajuste, donde no existe desarrollos industriales que acompañen el proceso de cambio de modelo productivo. Cabe destacar que aquellos municipios donde el sector agropecuario (o pesquero) ha sido el principal protagonista en las últimas décadas, o incluso siglos, están atravesando un proceso de transición cuyos efectos no son nada claros a día de hoy. La sustitución del sector pesquero y/o agrícola (como principal motor de la economía local y el pilar del tejido social) por el sector turístico merece un análisis detallado a partir de una metodología consistente y lógica con la finalidad de calcular o al menos estimar los impactos actuales y futuros de este proceso. En otras palabras, es de vital importancia conocer los pros y los contras de la incorporación de la actividad turística como el principal eje del desarrollo en un destino turístico rural emergente, donde hasta ahora las dinámicas locales estaban

fuertemente influenciadas por el desarrollo del sector primario (agricultura, ganadería o pesca).

OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Para cualquier territorio (localidad, ciudad, municipio, región) donde el turismo se pueda considerar un elemento dinamizador, la necesidad de planificar su desarrollo es un objetivo ineludible. El turismo es un factor de cambio territorial, algunas veces para bien y como impulso de la modernización de las estructuras económicas y al servicio del desarrollo; pero en otras ocasiones también puede ser causante de desequilibrios ambientales y socioeconómicos, situación que desafortunadamente a escala local se presenta cada vez con mayor frecuencia. La necesidad de buscar soluciones al respecto es el objetivo principal de la elaboración de esta investigación que debe conectar la planificación y ordenación territorial con la política sectorial turística. Actualmente, por la vía del turismo los territorios rurales tienen la posibilidad de convertir sus recursos en beneficios para la población, mejorar su calidad de vida y minimizar los desequilibrios. El turismo es un factor que puede favorecer el desarrollo sostenible a escala local y convertirse en el medio para transformar los recursos y activos con que cuenta el territorio a través de la implementación de proyectos y programas que broten de la misma población. Para ello es imprescindible contar con herramientas que faciliten información de base para el correcto conocimiento de la realidad actual del territorio y permitan la estimación del impacto socioeconómico del desarrollo turístico planificado. Por lo tanto, en otras palabras, el objetivo es ofrecer un **marco de análisis** para estimar el impacto socioeconómico del desarrollo turístico de destinos rurales emergentes y valorar que medidas a medio y largo plazo deben tomarse para que las transformaciones económicas y sociales

promuevan un modelo de “*crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos*”, que es exactamente el fin que persigue el objetivo 8 de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Para ello es necesario analizar en profundidad varios aspectos generados por este proceso de transformación. En primer lugar, hay que tener en cuenta los cambios producidos dentro del mercado laboral local (recualificación profesional de los residentes entre otros) y conocer los posibles riesgos de una excesiva dependencia (en el caso de existir) de la dinámica de la actividad turística, sobre todo teniendo en cuenta su potencial estacionalidad, muy difícil de modificar/limitar en destinos rurales tanto de interior como costeros. A su vez, dicha reestructuración del mercado laboral se debe a la aparición de nuevas empresas del sector turístico cuya competitividad influye directamente en la calidad del destino y en la calidad de vida de los residentes. También, es preciso conocer el *feed-back* de este fenómeno analizando el modelo turístico existente y los impactos socio-económicos del mismo. Y, por último, examinar la predisposición de la población local ante unas políticas centradas en la actividad turística a medio y largo plazo.

En resumen, el objetivo prioritario de esta investigación es ofrecer una herramienta de análisis que permita cuantificar el impacto socioeconómico del desarrollo turístico en áreas rurales y valorar si es o no relevante para el resultado obtenido el diseño concreto del producto turístico desarrollado en cada municipio o territorio. Para validar el desarrollo metodológico propuesto se ha elegido el municipio de Fisterra, un municipio rural del litoral gallego que además cuenta con el añadido de ser inicio y final de uno de los recorridos más transitados de los Caminos de Santiago.

FISTERRA UNA REALIDAD RURAL COMPLEJA Y HETEROGÉNEA

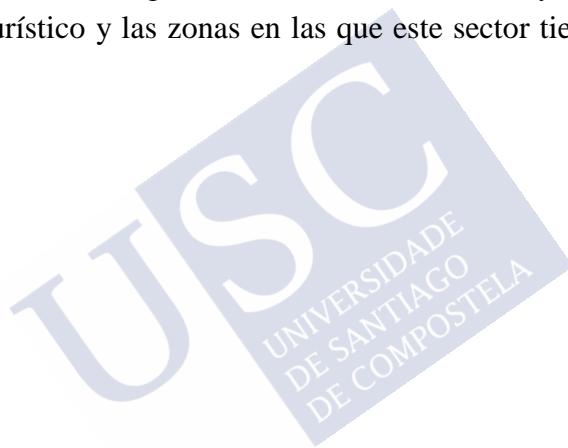
Dentro de la realidad rural gallega y su relación con la actividad turística, Fisterra² es un municipio con características únicas. Situado a unos cien kilómetros³ de los principales núcleos urbanos de la provincia (Coruña y Santiago de Compostela), Fisterra forma parte del geodestino Costa da Morte y es el principal referente de la comarca que lleva su mismo nombre (Comarca de Fisterra). La terciarización de la economía de este territorio conllevó un trasvase de población desde el sector agroganadero al sector servicios (Balsa-Barreiro, 2013). Herrero (2009) afirma que el nombre de Fisterra connota también la marginación de un territorio periférico, alejado de un centro social hegemónico. Y añade, que el territorio persigue superar las condiciones de marginación del ayuntamiento de Fisterra y, en general, de la Costa da Morte, una de las más deprimidas de Galicia, por medio de la actividad turística. De hecho, Fisterra antes de ser reconocido como municipio turístico por la Xunta de Galicia el 28 de febrero de 2004 contaba en el año 2000 con el 66,42% de la renta bruta por habitante media gallega, mientras que el último dato disponible (año 2017) sitúa su nivel de renta en casi 20 puntos porcentuales, alcanzando el 83% de la renta media gallega. Parece probable que esta evolución este directamente relacionada con el desarrollo turístico observado desde el principio del siglo XXI, un

² El área de esta investigación comprende el territorio vinculado al municipio gallego de Fisterra, nombre que parece proceder del latín *finis terrae* (el fin de la Tierra) lo que concuerda con su ubicación en la parte más occidental de la región.

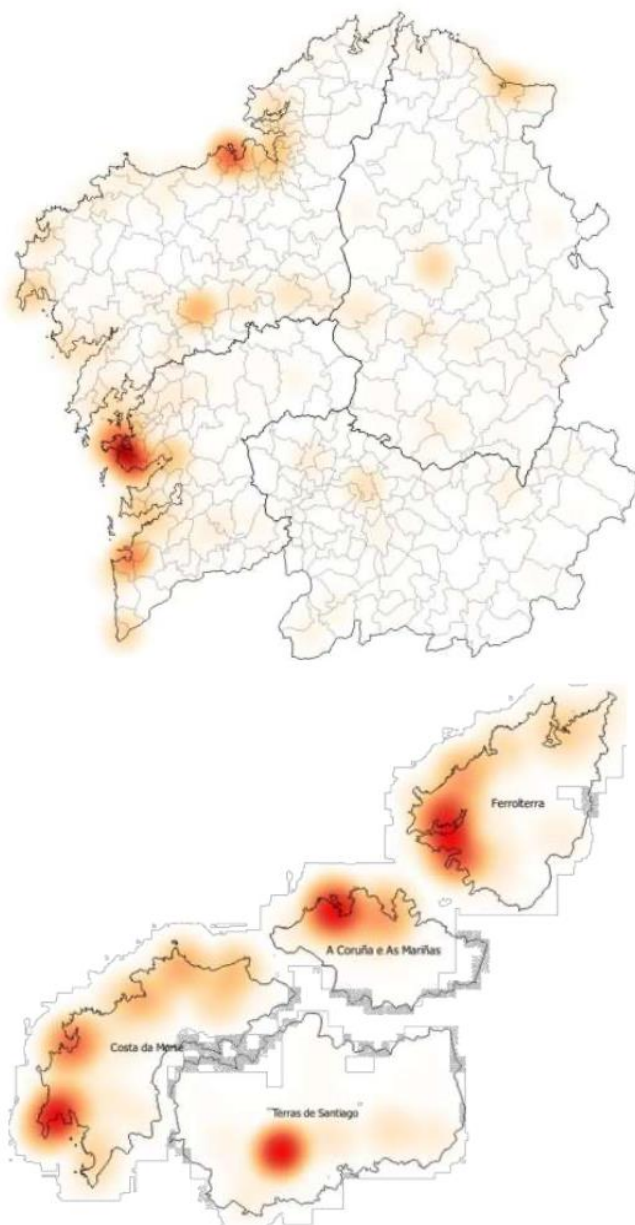
³ Por lo tanto, Fisterra se considera, siguiendo las clasificaciones propuestas por la Eurostat y la OCDE, un municipio rural remoto en el sentido de que no dispone de los servicios asociados a una ciudad (entendiendo por tal la que tenga como mínimo 50.000 habitantes) en un tiempo razonable (tiempo de viaje inferior a los 45 minutos).

desarrollo basado en la combinación del turismo de sol y playa y la ruta Xacobeá de Fisterra, prolongación del Camino de Santiago.

Con el objetivo de visualizar la posición de Fisterra en la oferta turística global, puede representarse en un mapa de calor la localización y acumulación de plazas de alojamiento en Galicia (Mapa 1). La intensidad del color viene determinada por el punto de máxima concentración (en la zona de la Ría de Arousa y Salnés) que, siendo muy elevada, diluye el peso relativo de otras zonas, pero aporta una representación fidedigna de donde existe un mayor potencial y/o impacto turístico y las zonas en las que este sector tiene un peso más reducido.



Mapa 1: Concentración de los alojamientos turísticos en Galicia



Fuente: *O aloxamento turístico en Galicia*, Área de Estudos e Investigación, Turismo de Galicia.

Con poco mas de 4.700⁴ residentes se trata de un municipio rural del litoral gallego con un acelerado desarrollo turístico promocionado en gran medida desde el exterior. Son múltiples las campañas de promoción turística de Galicia que tienen como referencia el Faro de Fisterra y su litoral agreste, y también muy numerosas las visitas breves al municipio organizadas por agentes turísticos de otras localidades y que en su mayoría no tienen relación alguna con los agentes locales. Basado en su paisaje natural excepcional, sus playas, su gastronomía y sobre todo, en su doble protagonismo como inicio y final de uno de los itinerarios más concurridos de los Caminos de Santiago, Fisterra vive un desarrollo turístico muy intenso desde inicio del siglo XXI que ha evolucionado con una dinámica particular, y en cierta medida anárquica, ante la ausencia de un modelo de desarrollo turístico endógeno y propio.⁵ Sin duda un desarrollo turístico de esta intensidad requiere de un análisis y reflexión profunda que debe partir de un completo conocimiento de la realidad como se reconoce en el reciente *Plan Estratégico de Turismo*:

⁴ Según los últimos datos del Padrón Municipal, IGE (2020) el municipio reúne una población de 4.708 habitantes, lo que representa el 22% de la población de la comarca a la que pertenece. A pesar de que el declive demográfico no es tan severo como en otros municipios del rural gallego, cabe destacar que la pérdida de población es lenta, pero constante.

⁵ Unos datos concretos para ilustrar este intenso crecimiento. Mientras las plazas hoteleras en Sanxenxo y O Grove se multiplicaron por 1,35 y 1,14 respectivamente entre 2003 y 2020, en Fisterra se han multiplicado por 3,7. Además Fisterra cuenta en 2019 con 16 plazas en pisos de uso turístico por cada 100 residentes, muy por encima de las 6 plazas de Baiona o las 12 de O Grove, municipios de tradición turística contrastada. Por último, y gracias al desarrollo del Camino a Fisterra, dentro de las alternativas del Camino de Santiago, el número de peregrinos que acaban su peregrinación en este municipio no ha dejado de crecer en los últimos años y con ellos la oferta de plazas en Albergues. Con casi 10 plazas por cada 100 residentes Fisterra supera en este ratio a Sarria, Melide, Monterroso o Paradela municipios del camino Francés.

Fisterra 2018-2020, presentado a finales de 2018.⁶ Sin embargo, el propio plan se presenta sin casi información secundaria (basada en registros o información estadística oficial de diferentes fuentes autonómicas o nacionales)⁷ y con una información primaria (entrevistas abiertas presenciales, dos *focus group* y varios cuestionarios telefónicos y on-line) muy deficitaria, sin un mínimo análisis de representatividad. Este importante déficit de información genera dudas razonables sobre la validez del propio Plan en relación a las afirmaciones y propuestas realizadas a lo largo del mismo.

METODOLOGÍA

Siendo la actividad turística un campo complejo a todos los niveles, no existe una modalidad de investigación singular, sino estamos ante un conjunto de métodos alternativos (desde los experimentos y las encuestas hasta la observación participante y los

⁶ El Plan estratégico de Turismo: *Fisterra 2018-2020* presentado el 26 de Octubre de 2020, puede consultarse en: https://www.concellofisterra.com/portal_cidadan/noticia/gl/651/n

⁷ Como ejemplo de esta falta de información en el texto del plan pagina 28 se afirma que “*Respecto al número de puestos de trabajo relacionas con el turismo, no existe esa información desagregada por sectores de actividad, lo que impide ese cálculo*”. Como se muestra a lo largo de esta investigación es posible obtener información desagregada sectorialmente en relación al empleo por cuenta propia y por cuenta ajena a nivel municipal en el *Instituto Galego das Cualificacións* y de otras muchas variables indicadas y para las que se concluye que no es posible obtener datos cuantitativos de fuentes oficiales. De hecho, el apartado titulado “*Estudo de impacto da actividade turística no territorio*” se indica y clasifica en grandes grupos toda la información necesaria para realizar un correcto análisis cuantitativo (pero no se ofrece ningún dato) reconociendo que el análisis del impacto económico ofrecido en el estudio se basa en apreciaciones y valoraciones subjetivas. Por supuesto, estas valoraciones son importantes pero insuficientes para construir un sistema de tratamiento de información que posibilite obtener datos y relaciones contrastadas entre las diferentes variables, que a su vez permitan generar acciones concretas de mejora de la actividad turística en el territorio y posibilite su evaluación futura.

estudios de caso, pasando por complejos modelos multisectoriales que tratan de mostrar las interrelaciones entre el consumo de los turistas y la actividad economía y empleo) que permiten lograr los resultados deseados (Beeton en (Ritchie et al., 2005)). Al mismo tiempo, el marco físico de las zonas turísticas es muy dinámico y evoluciona en poco tiempo, a fin de adaptarse a las necesidades de la demanda (Butler, 1980), por ello es difícil estructurar unos parámetros de investigación rígidos. Generalmente, en los espacios rurales españoles existe una carencia de experiencias de desarrollo turísticos planificados que permitan la evaluación de los impactos y de la eficiencia de las inversiones y comercialización (Martín & Martín, 2014). Este hecho, en parte, se debe a que los datos estadísticos del sector, que permitan elaborar un análisis empírico, están dispersos o no son completos, lo que dificulta la construcción de ciertas evidencias (Prentice en (Lew et al., 2004)).

A falta de datos estadísticos oficiales, para muchas de las variables relevantes (como es nuestro caso y se reconoce, como ya hemos comentado, en el reciente Plan Estratégico de Fisterra), será difícil incorporar los métodos puramente cuantitativos, que a la postre limitan una comprensión más profunda de los impactos tanto en la comunidad local como en el visitante (Deery et al., 2012). La alternativa es, en muchos casos, tomar la observación participante como método de análisis (Beeton, 2005 y Burns, 2005), lo que puede generar importantes sesgos por la propia subjetividad del observador. El método de observación es un buen complemento, pero no debe usarse como única alternativa de análisis. Obtener información de fuentes primarias y secundarias debe ser una prioridad, ya que sin información homogénea no es posible identificar los retos a los que se enfrenta el modelo de desarrollo turístico propuesto, ni por supuesto hacer un seguimiento y evaluación de las medidas propuestas. De

hecho, lo normal son aproximaciones metodológicas que, aunque difieren entre los distintos trabajos como se muestra en la Cuadro 1, tienen como punto en común utilizar distintas fuentes de información como método de contraste, evaluación y seguimiento.

Cuadro 1: Referencias metodológicas vinculadas al estudio de los impactos turísticos a escala local

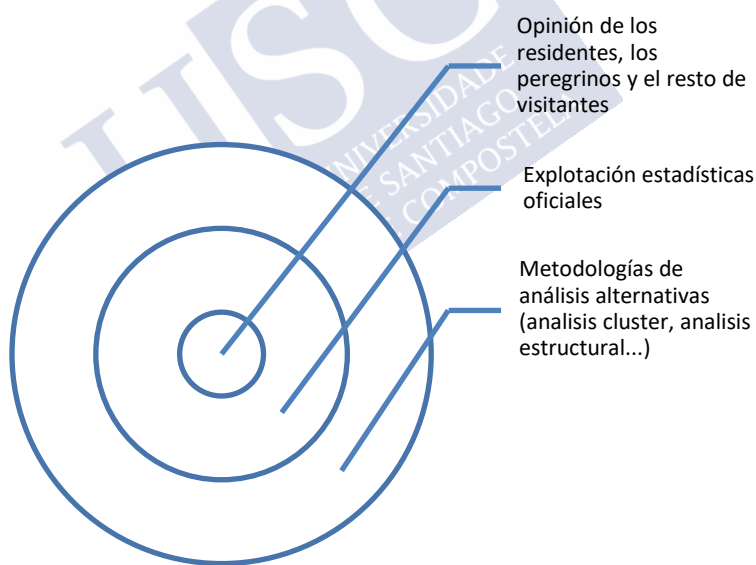
Autor	Metodología sugerida
(Deery et al., 2012)	Desde un enfoque de costes (económico-temporales) la metodología cuantitativa es más accesible
(Ritchie et al., 2005)	El encuestado asume una responsabilidad representativa ante la comunidad a la hora de valorar los impactos
Beeton en (Ritchie et al., 2005)	La riqueza de los resultados reside en la suma de las observaciones (visuales) a los participantes, los datos de las encuestas y los datos secundarios
Burns en (Ritchie et al., 2005)	El uso de las evidencias visuales y observaciones por parte del investigador van más allá de los métodos tradicionales de investigación, lo que ayuda a entender las motivaciones inherentes al fenómeno investigado
Jennings en (Ritchie et al., 2005)	Las encuestas cuantitativas se asocian tanto al estudio de mercados turísticos locales como a algún fenómeno concreto vinculado a la actividad
Wong en (Lew et al., 2004)	El cuestionario es una herramienta útil a la hora de medir las percepciones de los impactos y aclarar las problemáticas causadas debido a la recreación de la actividad

Fuente: Elaboración propia a raíz de varias fuentes bibliográficas.

En esta investigación se ha desarrollado una metodología de análisis del impacto de la actividad turística a escala local que podemos dividir en tres fases, con una previa que consistió en recabar toda la información disponible sobre los modelos propuestos de valoración de impacto socioeconómico a escala local (revisión sistemática de la literatura). A partir de la información detallada sobre las distintas aproximaciones, en primer lugar, se ha recabado información primaria a partir de entrevistas diferenciadas con gran

parte de los agentes implicados directa o indirectamente en el desarrollo del modelo turístico en el territorio objeto de análisis, preguntándoles específicamente por su apreciación subjetiva sobre variables, económicas, sociales y medioambientales relacionadas con las actividades turísticas. Al mismo tiempo, en una segunda fase, se han utilizado múltiples fuentes de datos secundarias de carácter oficial (básicamente registros administrativos), con el objetivo de contrastar las valoraciones y relaciones subjetivas observadas por los agentes implicados. En una tercera fase, una vez contrastadas las apreciaciones subjetivas, se desarrollan simples modelos causales en los que se han basado las conclusiones ofrecidas.

Figura 1: Metodología de Investigación



La recogida de información primaria se efectuó a lo largo del año 2017 y 2018 mediante tres encuestas presenciales realizadas por el autor de esta investigación, lo que aseguró la falta de sesgo entre

entrevistadores y facilito un conocimiento exacto de los objetivos de la encuesta y sus posibles dificultades durante el propio proceso de encuestación. La primera de ellas tenía como objetivo conocer la percepción de los residentes sobre el desarrollo turístico de Fisterra y su relación con los visitantes, mientras que la segunda tenía como objetivo conocer la valoración de los visitantes sobre la experiencia vivida en Fisterra y las principales características de su visita (duración, forma, tipo de alojamiento utilizado, presupuesto diario...). Por último, también se entrevistó a una muestra representativa de los empresarios relacionados con las actividades turísticas en el municipio con el objetivo de contar con indicadores de sostenibilidad turística, los cuales en su gran mayoría son fruto de los resultados de originadas por las empresas locales. Por lo tanto, se tiene en cuenta el discurso de todos los agentes a fin de estructurar un panorama esclarecedor que permita analizar los impactos a nivel local y supramunicipal.

Por lo tanto, además de ofrecer una respuesta contrastada sobre cual está siendo el impacto económico, social y medioambiental del desarrollo turístico en Fisterra, esta investigación pretende ofrecer también una herramienta de estimación de impactos del desarrollo de la actividad turística a escala local basada en la metodología propuesta. Teniendo en cuenta que el área del estudio en muchos de los casos de planes de desarrollo turístico esta acotada administrativamente a un municipio o conjunto de municipios, que en el caso de municipios rurales están muy restringidos por su propio tamaño en cuanto a recursos económicos y humanos para la gestión, la elaboración de un mecanismo pragmático que ofrezca información continua de una forma consistente, combinando diferentes fuentes de datos, puede suponer una importante simplificación a la hora de monitorizar el destino y ofrecer respuestas a los retos planteados por la dinámica actual de la actividad turística en cualquier municipio rural.

LIMITACIONES

La principal limitación de esta investigación, es la falta de información suficiente para aproximar los impactos económico, social y medioambiental aplicando las herramientas metodológicas que la literatura académica considera mas adecuadas. Comencemos por el impacto económico de los visitantes. En este caso la variable fundamental es conocer el gasto realizado por estos visitantes (demanda final) información muy difícil de obtener incluso a partir de cuestionarios específicos dada la heterogeneidad del visitante que llega a Fisterra. Pero, aunque fuésemos capaces de obtener este gasto sería erróneo limitar sus efectos al impacto directo y no contabilizar la existencia de impactos indirectos (los bienes y servicios producidos para satisfacer los consumos intermedios de los bienes demandados por los visitantes) e inducidos (los bienes y servicios producidos para el consumo de los trabajadores que participan en la generación de bienes y servicios que demandan los visitantes). Estimar el conjunto de impactos planteados requiere el uso de modelos de multiplicadores lineales de base input-output (Fletcher, 1989; Fletcher, 1994; Archer, 1982; Balaguer et al., 2002; Capó et al., 2007) o modelos de equilibrio general aplicado (Blake, 2008; Dwyer et al., 2006). La información necesaria para la elaboración de estos modelos (la existencia de una tabla input-output simétrica para a economía de referencia), impide a aplicación directa de esta metodología. Podría utilizarse como aproximación la estructura de la tabla input-output regional, o provincia si esta existiera, pero siempre los resultados estarían claramente sobreestimados.

Otra limitación está vinculada a la falta de información a nivel municipal de las dimensiones cultural, social o medioambiental. Medir los impactos socioculturales o medioambientales requiere obtener información directa que en gran medida debe proporcionar la propia

población local. El mecanismo más sencillo para conocer cómo la población residente valora los impactos del turismo es preguntándoles directamente mediante la realización de una encuesta de percepción. Pero también es necesario contar con indicadores objetivos basados en información de registros administrativos (ej. número de visitantes por 100 habitantes; número de camas por 100 habitantes, número de segundas residencias por 100 habitantes, igualdad de género en el empleo, salario medio, condiciones de trabajo en actividades relacionadas, conflictividad social, denuncias relacionadas con las actividades turísticas...). Los indicadores ambientales también son muy difíciles de obtener, sobre todo a escala local, ya que requieren medidas complementarias que difícilmente son suministradas con el nivel de desagregación geográfica preciso (generación de residuos del visitante respecto al residente; empresas turísticas y nivel de reciclaje; energía consumida por el visitante en relación al residente; consumo de agua por el visitante en relación al residente ...).

A la vista de los resultados de la revisión de la literatura, es urgente ampliar las fuentes de información que describen los efectos del desarrollo turístico a escala geográfica local. La información existente es claramente insuficiente e impide el uso de los métodos de análisis más utilizados y contrastados para cuantificar el impacto económico de la actividad turística en las áreas locales. De hecho, aunque se mejore la información básica con encuestas directas a los visitantes y la población residente, seguirán existiendo vacíos de información⁸ que requieran el uso de metodologías de análisis alternativas.

⁸ Por ejemplo, incluso contando con los recursos necesarios para elaborar tablas input-output a nivel municipal o comarcal, su elaboración no tendría sentido en la mayor parte de los casos, ya que los municipios en la mayoría de los casos no pueden considerarse como sistemas económicos completos. Esta consideración

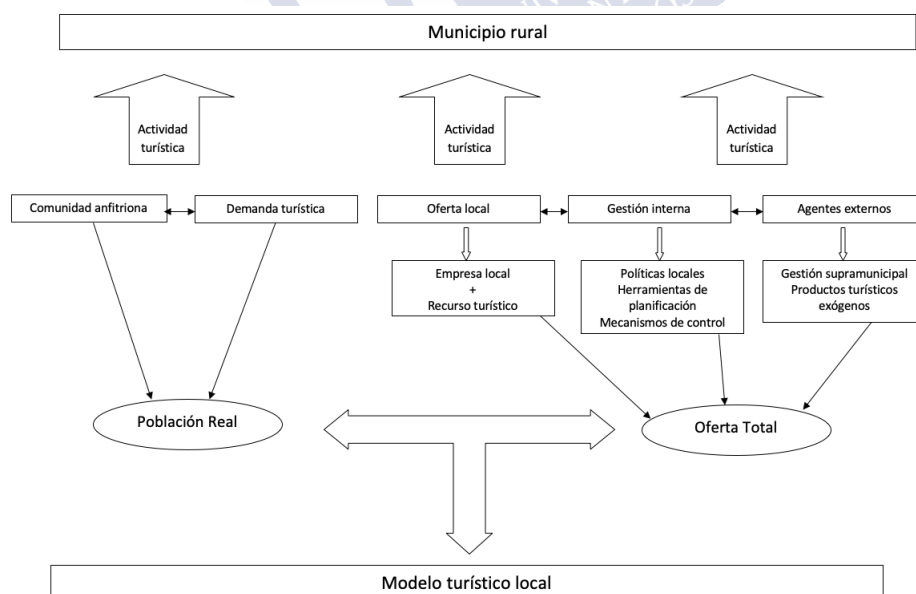
Por último, el análisis del papel y relevancia de los agentes externos en la promoción del producto turístico de Fisterra y su impacto sobre la oferta de bienes y servicios y la planificación de los mismos, no ha tenido un tratamiento específico, en parte por la dificultad intrínseca del análisis y en parte porque su análisis está condicionado por la propia definición del modelo de desarrollo turístico que pretenda establecerse. Por supuesto este será un tema central en posteriores investigaciones, lo que requerirá del desarrollo de una metodología de análisis específica. Existen múltiples ejemplos de la influencia de estos agentes externos en los “fallos” de la planificación turística en muchos municipios de nuestro entorno. Y no hace falta que pensemos en empresas o organismos supramunicipales, las propias redes sociales se llenan de fotos de los viajeros compartiendo los destinos que han visitado y sus experiencias extraordinarias hacia destinos desconocidos (y por supuesto, no preparados para la llegada masiva de visitantes). La promoción y planificación turística de los municipios de menor tamaño (menos de 5.000 habitantes, y por tanto con pocos recursos para sostener su propia estructura administrativa y prestar a los residentes y/o visitantes los servicios mínimos que la ley les impone) y su relación con las redes sociales, con el marketing relacional, con los clientes altamente satisfechos que crean blogs y perfiles sociales para compartir opiniones, fotos y videos sobre el destino es un tema de investigación en si mismo, que excede el marco de análisis de esta investigación. Un claro ejemplo de la relevancia del empleo de internet en la gestión de destinos es el propio caso del Camino de Santiago, donde los blogs privados y los comentarios de los usuarios son los que mayor peso tienen a la hora de informar sobre el destino.

requiere una dimensión territorial e poblacional mínima (áreas funcionales) que supera la dimensión tipo de los municipios rurales e incluso de sus comarcas.

PLAN ANALÍTICO: UNA VISIÓN RÁPIDA

La actividad turística, en un municipio rural, afecta por múltiples vías y canales a la dinámica socioeconómica condicionando los resultados económicos, las relaciones sociales y la sostenibilidad medioambiental. El municipio debe ofrecer bienes y servicios generales a una población real que es un agregado heterogéneo de residentes y la suma de los diferentes perfiles de visitantes que lleguen al municipio. La cantidad y variedad de visitantes depende de la oferta local de estos bienes y servicios generales, del conjunto de atractivos turísticos del municipio que es la suma de puntos concretos no solo materiales (espacios naturales, patrimonio histórico, fiestas...) sino también inmateriales (tradición, cultura, historia, Camino de Santiago...), pero también de la propia gestión interna y externa de los flujos.

Figura 2: Plan Analítico



A lo largo de los próximos capítulos se analiza en detalle algunos de estos aspectos como la relación entre la población residente y los visitantes (Capítulo 5), la oferta local de bienes y servicios para los visitantes (Capítulo 4) o la competitividad de la empresa local vinculada a la actividad turística y su relación con el resto de actividades económicas (Capítulo 3). Pero también se dejan aspectos sin tratar, como el papel de los agentes externos en la promoción del producto turístico de Fisterra y su impacto sobre la oferta de bienes y servicios y la planificación de los mismos. Pero antes de este análisis detallado, en el próximo capítulo (Capítulo 1) se repasa brevemente la literatura relevante sobre la capacidad del turismo rural como motor de desarrollo y su aplicación a la sociedad gallega y en el siguiente (Capítulo 2) se ofrecer una caracterización sociodemográfica introductoria para poner en contexto la realidad económica y social actual del municipio de Fisterra.



CAPÍTULO 1.- ACTIVIDAD TURISTICA Y DESARROLLO RURAL

1.1.- INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas el turismo ha demostrado ser un fenómeno de masas ganando cada vez mas y mas protagonismo dentro de las economías de los países anfitriones. A lo largo de todos estos años hemos sido testigos del salto de una actividad elitista, representada a través de las estancias de turismo termal por parte de la alta burguesía europea, a los viajes *low-cost* asumibles para la mayoría de público general independientemente de su edad o nivel adquisitivo. En términos cuantitativos, del turismo individual, en los escasos y costosos medios de transporte existentes, estacional, con espacios limitados, hemos pasado a un turismo de masas que consagra el coche como símbolo del viaje (Callizo, 1991).

Se podría afirmar que la fase de desarrollo del turismo en el territorio europeo comienza entre la segunda mitad de los años 1950 y primeros de los 1960. En esta década se observa un crecimiento de turismo de masas, principalmente en los países industrializados, canalizado hacia la ribera norte del Mediterráneo, provocando así las primeras transformaciones territoriales y socioeconómicas (Vera, 2006a). Cabe subrayar que el sector turístico está presente (como actividad económica) en todos los estados miembros, sin embargo en los países de la franja mediterránea es donde tiene un mayor peso en las economías nacionales (Valdés & Del Valle, 2010). Los gobiernos reconocen cada vez más la importancia económica del turismo (Crouch & Ritchie, 1999), lo que a su vez ha supuesto la creación de

un amplio abanico de tasas y impuestos (con la finalidad de una repercusión económica del sector a posteriori).

A día de hoy, solo en Europa anualmente se contabilizan casi mil millones de alojados (Eurostat, 2017) lo que repercute mediante impactos heterogéneos en los países receptores. A pesar de que hasta ahora se hayan realizado una notable cantidad de estudios e investigaciones en torno a los verdaderos impactos del sector turístico, se pueden hacer muy pocas predicciones sobre los efectos del turismo a medio y largo plazo, sobre todo en su repercusión en el sector industrial cuyo protagonismo puede aumentar o disminuir (Copeland, 1991).

En el año 1985 la OMT (Organización Mundial de Turismo) acuña, por primera vez, el término de turismo cultural, apostando por un turismo que cubra las necesidades culturales del individuo, facilitando nuevos encuentros y experiencias. Coincidiendo con la misma década se puede observar una mutación, por parte del turista, ocasionado por la mejora en el transporte y comunicaciones, avance tecnológico y el crecimiento de la infraestructura turística general. Dicho cambio (por parte del visitante) se debe a la evolución del perfil desde un turista clásico y tradicional hacia otro con mayor experiencia viajera, mejor informado y motivado; lo que a su vez repercute en una diversificación empresarial dentro del sector (Martín & Martín, 2014). Efectivamente, el turista moderno ya no se estanca en los mismos destinos, sino huye del clásico viaje organizado y de los espacios concurridos (Pillet, 2012), lo que permite la ampliación de los destinos, incluso aquellos que nunca han promocionado la actividad turística a nivel local. Este fenómeno se debe a que las barreras del sector (que frenan el flujo de una manera consciente), al menos dentro del territorio europeo, son muy frágiles. De esta manera muchos espacios pioneros (sobre todo rurales) han empezado a recibir a los

primeros visitantes sin proponérselo. Y es que mientras exista esa “mirada turística” que crea una distinción entre el hogar y lo de “fuera”, entre lo ordinario y lo extraordinario, siempre será posible la construcción de un espacio turístico nuevo utilizando como base principal las motivaciones del viajero (Larsen & Urry, 2011).

1.2.- REESTRUCTURACIÓN RURAL EN EL ÁMBITO EUROPEO Y NUEVOS ENFOQUES BOTTOM-UP

En el último medio siglo las zonas rurales se han visto sometidos a números cambios (sobre todo en los países desarrollados), como consecuencia de las transformaciones de los mercados agrarios, la industrialización y consecuente éxodo rural (Martínez, 2004; Morales, 2014; Paül, Lazovski, & Lois, 2016). Para más inri, la figura del campesinado, el que trabajaba para mantener a la población de la ciudad a cambio de recaudadores de impuestos y otros servicios urbanos, ha mermado en su representación como el pilar del espacio rural (Saco, 2010). La escasa actividad del sector tiende a reducir la mano de obra y desvincular la residencia de las explotaciones, acrecentando el abandono del medio y el envejecimiento de su población (Prats, 2011), lo que indudablemente limita o reduce posibilidades económicas, además de intervenir en el contexto social y demográfico (Jurado & Pazos-Garcia, 2016). De esta manera, se pone en evidencia la continua disminución de capacidad de absorción de mano de obra, lo que provoca una pérdida de aptitudes para sostener y desarrollar los núcleos rurales (Porcal, 2003) y cambios sustanciales en los patrones de interacción entre la sociedad y la empresa (Van der Ploeg et al., 2000).

Ante este panorama, surge la necesidad de una valoración tanto de las necesidades de la actual sociedad rural como del bienestar

rural general, a pesar de la complejidad del término (Escariz et al., 2005). Las principales políticas europeas del rural han apostado por convertir el medio en un espacio atractivo para vivir y trabajar (invirtiendo así el proceso de despoblación), otorgando al rural medios necesarios para un desarrollo endógeno para adaptarse a las nuevas circunstancias económicas (J.-L. García et al., 2005). Ciertamente, ya en la Conferencia de Cork (1996) se reafirma el compromiso de la Comisión Europea con la recuperación de las necesidades más inmediatas del rural, incorporando un nuevo enfoque (de abajo-arriba o *bottom-up*) basado en la multidisciplinariedad territorial y la endogeneidad, de modo que se movilicen los recursos del territorio en cuestión a través de la lógica del desarrollo endógeno (Paül et al., 2016).

Para entender mejor el nuevo enfoque es importante conocer la formulación clásica del desarrollo rural dominante en Europa de posguerra. Dicho enfoque (denominado “modelo exógeno”) se centra en el crecimiento económico y economías de escala, dejando de lado las cualidades sociales o culturales de los espacios rurales (Markantoni et al., 2012), principalmente otorgando al medio rural la función de proporcionar el alimento para la expansión urbana (Galdeano-Gómez et al., 2011). En cambio, el desarrollo endógeno es la antítesis del enfoque anterior. En este caso se apuesta por la recuperación, y posterior valorización de los recursos locales (físicos y humanos) recuperando la creencia de un conocimiento tácito capaz de mejorar el bienestar socioeconómico del territorio (Ray, 2000).

En la comunidad científica internacional existen numerosas publicaciones centradas en este nuevo enfoque, que presenta sus pros y contras. Ray, Lowe, Ward, Wood, & Woodward (1999) o Ray (2001) interpretan que la suma de los recursos locales (incluyendo el capital humano) han de favorecer a la población local como los

principales agentes en el proceso de desarrollo. A su vez, Pérez Fra (2003) añade que se busca un máximo aprovechamiento de los medios de los recursos humanos, terrestres y financieros, motivando todas las actividades posibles que pueda albergar el medio rural. Sin embargo, autores como Dax, Strahl, Kirwan, & Maye (2013) advierten sobre la fragilidad del enfoque, alegando que las acciones locales están siendo desafiadas y posiblemente amenazadas si no disponen de un objetivo claro vinculado a las estructuras de gobierno a varios niveles. Osti (2010) avisa sobre los peligros de una “emancipación” de la comunidad local y la dependencia de una administración territorial de nivel superior en el caso de incapacidad de proporción de servicios básicos por sí misma.

La esencia de la endogeneidad, propuesta por el enfoque *bottom-up*, se ha sometido a una clasificación de tipologías por Boisier (2001). Según el autor, se pueden distinguir entre tres tipos diferentes: en el plano político, donde se identifican las capacidades de toma de decisiones relevantes vinculadas a diferentes vías de desarrollo; económico, que implica la presencia de herramientas capaces de diversificar la económica local subrayando la importancia de un procesos sostenible y largoplacista; científico-tecnológico, que condiciona a un territorio a generar sus propios avances tecnológicos de cambio, capaces en alterar positivamente los aspectos cualitativos del sistema. Curiosamente, esta clase de delegación de obligaciones ha provocado (principalmente en los países del sur Europa) un concepto más abierto de ruralidad, incluyendo la incorporación de una nueva clase media, ya no tan vinculado a la agricultura (Paniagua, 2008).

Las evidencias anteriores ayudan entender la reducción de las oportunidades económicas del rural y la aparición de nueva estrategias, no tradicionales, para el sustento de las explotaciones

agrarias (Diéguez et al., 2014). Algunos de esos ejes estratégicos proyectan las áreas rurales como lugares de entrenamiento, actividades recreativas y segundas residencias (Bessiere, 1998), perfilando de esta manera una redefinición de la identidad rural local. La valorización del patrimonio cultural y la diversificación de actividades económicas, sobre todo el del sector turístico (Diéguez et al., 2011) son los ejes de las nuevas políticas europeas adaptadas a la creación de un nuevo modelo del medio y a las nuevas funciones a desempeñar por el mismo.

1.3.- DESARROLLO RURAL DEL SIGLO XXI

Sobre las bases de las ideas expuestas anteriormente es importante intentar ubicar el término “desarrollo” dentro del panorama rural actual. Van der Ploeg et al. (2000) recoge en el término múltiples facetas (todas ellas interconectadas), entre las que se encuentran la gestión del paisaje, la conservación de recursos naturales, la agricultura ecológica, el agroturismo y la producción de productos de alta calidad. Desde la Unión Europea se señala que el desarrollo rural se basa en mejorar la calidad de vida, el nivel de renta y las condiciones laborales (Escariz et al., 2005). Algunos autores como Ray (2001) afirman que la Conferencia de Cork traza un ecuador entre un antes y un después en el ámbito del desarrollo rural, subrayando el enfoque “local” como nuevo protagonista del medio.

El concepto del desarrollo local se presenta como una forma concreta de desarrollo regional, donde los factores endógenos ocupan una posición central (Coffey & Polèse, 1984), sistematizando el proceso a partir de cuatro diferentes fases: a) surgimiento empresarial; b) “despegue” de las empresas; c) expansión empresarial mas allá de la región local; d) construcción de una estructura económica basada en

iniciativa local y ventajas comparativas creadas desde la endogeneidad. El concepto está siendo impulsado como una solución ante un problema global de restructuración del sistema productivo europea, con la finalidad de ofrecer a las comunidades locales una herramienta de ajuste para sus sistemas productivos locales (Boisier, 2001). Por otro lado, el desarrollo local es una estrategia que procura la mejora continua de los recursos disponibles (principalmente los naturales y del patrimonio histórico-cultural) contribuyendo a fortalecer la ventaja competitiva del territorio y de su población (Vázquez-Barquero, 2009).

A la hora de enfocar el concepto desde el marco del capital humano, Guimarães (2001) hace hincapié en que a partir de la cumbre del Río (1992) nace un nuevo paradigma del término desarrollo, que coloca al ser humano en el centro del proceso que considere el crecimiento económico un medio y no un fin. La aparición de nuevos programas europeos como LEADER (fruto directo de la Conferencia de Cork), vincula al espacio rural a un grupo de agentes que operan a diferentes escalas bajo un mismo discurso de desarrollo rural (Buciega, 2010), ofreciendo una nueva clase técnica y gozando de relativo poder en las decisiones políticas locales. Dentro de ese marco la población local tiende a construir sus propias ventajas comparativas, a través de su espíritu empresarial, capacidad y conocimientos, creando un elemento importante en el proceso de desarrollo (Coffey & Polèse, 1984), pero solo será funcional mientras los actores públicos-privados ejecuten sus programas de manera coordinada (Vázquez-Barquero, 2009).

A pesar de la buena intencionalidad del actual concepto del término, la continua despoblación de las áreas rurales europeas pone en jaque las predisposiciones anteriores. El vaciamiento de los espacios rurales (privando a los mismos de una valiosa mano de obra)

se debe a un crecimiento desequilibrado, polarizado y acumulativo de las áreas con menor éxito económico (Sáez et al., 2001). Autores como Morales (2014) observan una tendencia migratoria (hacia el rural) al final de los 1980, debido al proceso de retorno de antiguos residentes y la aparición de los nuevos pobladores (neorrurales). Escribano (2010) añade que algunos municipios experimentan significativos procesos de recuperación demográfica, debido a las diferentes oportunidades de puesta en valor de los recursos propios y formas de proceder locales (turismo rural, industria agroalimentaria y/o eco-energética, productos ecológicos de calidad contrastada, etc.). A pesar de estos leves indicios de recuperación la despoblación rural sigue siendo su principal “talón de Aquiles”, situación que provoca la disminución de la dotación de servicios públicos (educación, sanidad, cultura, ocio) que fundamentan el Estado del Bienestar (Sáez et al., 2011).

Todo esto parece confirmar que el desarrollo rural actual se encuentra en una encrucijada de medios, conceptos y decisiones. El futuro social, económico y ambiental del campo es difícil de predecir, pero los impulsores son visibles (Bell et al., 2009). Bessiere (1998) afirma que en esta nueva etapa del rural el desarrollo de las comunicaciones ha contribuido positivamente a la apertura de las áreas rurales al mundo exterior, permitiendo a la población una ampliación de redes sociales y económicas. Ray et al. (1999) a su vez añade que los territorios rurales pobremente dotadas de capital humano se centran más en los recursos ambientales y culturales, cuyos productos se han convertido en una característica del desarrollo local y regional. Esta situación de transición está generando múltiples impactos económicos, socioculturales y territoriales donde el turismo se postula como el protagonista central del desarrollo rural (Martín & Martín, 2014).

1.4.- EUROPA Y TURISMO

Hasta la década de los 1950 el sector del turismo no ha jugado un papel importante en la búsqueda global de la prosperidad, ya que hasta entonces la agricultura, y posteriormente, la fabricación, proporcionaban la base económica para el bienestar de la sociedad (Crouch & Ritchie, 1999). Sin embargo, durante los años 60, 70 y 80, a medida que florecían las economías occidentales, el sector servicios creció de manera espectacular en términos de importancia económica. Durante la década de 1970 la política pública europea de turismo se ha convertido en una de las prioridades de los gobiernos en los países desarrollados y menos desarrollados. Al mismo tiempo, dentro de la Unión Europea surgen tensiones importantes en la política turística, fruto de la interacción entre los niveles de gobierno local, regional, nacional y supranacional, que a su vez tienen implicaciones relevantes para el desarrollo económico y el bienestar del ciudadano medio (Hall & Jenkins, 2004 en Lew et al.). Dicho lo anterior, la situación exigía una política turística con un efecto regulador firme. En el año 1982 la primera iniciativa se limitó a una presentación al Consejo Europeo (por parte de la Comisión) de una comunicación con las primeras orientaciones para una Política Comunitaria de Turismo. Bajo la inercia de este documento, en el 1983 se adoptó una “Resolución sobre la Política Comunitaria de Turismo” documento que recoge las intenciones de la Comunidad de contar con una política concreta en materia de turismo. Posteriormente, en el 1984 el Consejo emite dos resoluciones (84/C115/01; 84/C115/02). Ambos documentos subrayan la importancia del turismo para la Comunidad y proceden a sistematizar las medidas que se han ido tomando en las distintas políticas de la CEE y que afectan al turismo, así como las orientaciones necesarias que se han de seguir en el futuro. Unos años más tarde, en el 1990, se elabora el Documento de la Comisión

(Medidas Comunitarias para el fomento del Turismo Rural) que busca una definición del concepto y comienza una reflexión institucional sobre los efectos existentes entre desarrollo turístico y medioambiente. El posterior plan (Plan de Medidas Comunitarias a favor del Turismo), elaborado en 1991, recoge la idea de complementar las acciones y medidas de las políticas comunes ya existentes, dando a entender que la intervención de la Comunidad en materia de turismo no precisa tener un objetivo de gran alcance, sino la intención de mejora continua global de la calidad y la competitividad de la oferta turística comunitaria (Valdés & Del Valle, 2010). Autores como Estol & Font (2016) subrayan que esta nueva política comunitaria no nace como una respuesta a las necesidades de los estados miembros de regular la actividad, proteger los espacios sensibles o mejorar el bienestar de los residentes, sino con la finalidad de apoyar las instituciones europeas existentes y construir un mercado interno consolidado. A pesar de las acciones anteriormente mencionadas, se puede afirmar que se sigue sin tener una clara política común en turismo en la Unión Europea (Valdés & Del Valle, 2010). Estol & Font (2016) justifican que la elaboración de una política europea no ha seguido el camino tradicional de otras políticas europeas donde el órgano central propone unos objetivos generales y reorganiza las instituciones vinculadas al proceso.

En los últimos 20 años a nivel europeo se han observado notables reajustes dentro de los sistemas de la gobernanza local y regional como consecuencia de una economía más globalizada. Fruto de estos cambios han aparecido las nuevas políticas turísticas europeas vinculadas en áreas menos ventajosas (mayoritariamente rurales) y con un potencial turístico más limitado. Dicho proceso viene estimulado por una combinación de autoridades locales, que desean apoyar el turismo, y la disponibilidad de fondos de la Comisión

Europea (Church en Lew et al. 2004). Precisamente la destinación de los fondos europeos en la década de los noventa marca un punto de inflexión en el desarrollo y la evolución de la oferta de turismo rural (Cànoves et al., 2006), a las que se les puede añadir medidas como el Programa de Desarrollo Rural 2014-2020 que promueve la actividad turística como uno de los pilares de desarrollo rural y regional (Barkauskas et al., 2015).

A pesar de la importancia práctica de las políticas de turismo para el carácter y la naturaleza del fenómeno, el campo está relativamente poco desarrollado en relación con otras áreas de la investigación turística en términos de desarrollos teóricos, entendimientos empíricos y el alcance de los trabajos publicados. (Hall & Jenkins en Lew, Hall, & Williams, 2004).

1.5.- TURISMO Y DESARROLLO RURAL

La correlación entre el turismo y el patrimonio (tras décadas de discursos y debates) está siendo un mar de confusiones; debido a la continua vinculación de la mayoría de los proyectos patrimoniales, a la hora de trazar su proyecto de sostenibilidad, con el sector turístico (Prats, 2011). El ámbito rural no queda fuera de este fenómeno. De hecho el turismo cultural, en este medio, ha desarrollado dos vías interconectadas: la de explotación de los recursos específicos con el fin de generar actividad económica productiva y la del desarrollo social (Ray et al., 1999). En 2005 por parte del Comité Económico y Social Europeo se elaboró un dictamen sobre “La contribución del turismo a la recuperación socioeconómica en las zonas de declive”, que propone el sector turístico como un agente recuperador para las economías rurales estancadas (Valdés & Del Valle, 2010). La incorporación del turismo al ámbito rural despertó un gran interés,

principalmente al ser la primera iniciativa pública propuesta para ralentizar el proceso de deterioro económico-social de las áreas rurales desfavorecidas (Esparcia et al., 2000).

De esta manera la multifuncionalidad adquirida por el rural es más que evidente (Cebrián & García, 2010; Pulido & Cárdenas, 2011), abandonando atrás una orientación productiva de carácter primario, para dejar paso el desarrollo del sector turístico como un proveedor de oportunidades de empleo, generador de nuevas rentas y freno de la crisis demográfica (Cánoves et al., 2005; Santana, 2003).

Con la finalidad de entender mejor los objetivos, los impactos y los modelos del turismo rural, es relevante abarcar el concepto en sí. Ulla & Pazos (2010) afirman que la verdadera demanda del turismo rural, lo que a posteriori conceptualiza el termino, nace de la obsolescencia y agotamiento de los principales productos turísticos (como el de “sol y playa”), las nuevas tendencias y motivaciones del consumidor final, coincidiendo que la ampliación y mejora de la oferta en el sector. A pesar de los numero estudios realizados en este campo, a día de hoy no existe un concepto del turismo rural claramente identificado en los principales documentos comunitarios, como tampoco existe una definición mayoritariamente aceptada dentro de la comunidad científica, que en ocasiones recurre a identificarlo como actividad opuesta al turismo de masas o turismo urbano (Hernández-Maestro, 2010). Bel, Lacroix, Lyser, Rambonilaza, & Turpin (2014) puntualizan que la problemática de la conceptualización reside en la difícil delimitación de los usuarios del rural (segundo residente, excursionistas, turistas, etc.) lo que dificulta definir el término “turismo” dentro del espacio. M. García & De la Calle (2006) añaden que debido a la continua afluencia de diversas actividades y modalidades turísticas (en los espacios rurales) es difícil delimitar una definición precisa de turismo en el medio rural.

A pesar de diferentes enfoques por parte de la comunidad científica y el carácter “escurridizo” del concepto, hay autores que se atreven a fijar el término. “El turismo recibe de calificativo de rural cuando se inscribe en un ámbito geográfico concreto, en el espacio rural” (Ivars, 2000). García Cuesta (1996) entiende el turismo rural como todas las actividades que se centran en el desarrollo y aprovechamiento de nuevos productos en el mercado, directamente relacionados con el medio rural. El turismo rural también puede implicar los espacios costeros, puntualiza Crosby (1993). Y por último, Cánoves et al. (2005) añade que el turismo rural es una actividad localizada en el espacio rural, constituida por una oferta de ocio, dirigida a una demanda motivada por el entorno local y que tenga una conexión con la sociedad local.

En la década de los 1990, y con la aparición de los nuevos programas europeos LEADER, se podría decir que nace el nuevo enfoque del turismo rural. Mientras el modelo clásico de turismo delegaba en el territorio un mero papel de “contenedor” de actividades (Merinero Rodríguez et al., 2014); el modelo actual marca un carácter más comercial, donde el territorio tiene un papel más activo dentro del marco de desarrollo local (Martín & Martín, 2014). Los nuevos enfoques *bottom-up*, junto a las nuevas fuentes financieras de programas como LEADER, han tenido importante influencia en el modelo turístico actual en el ámbito rural. No obstante, el aprovechamiento de los fondos LEADER a la hora de generar capital social ha dejado mucho que desear (Buciega, 2010), ya que no ha sabido dar prioridad a los verdaderos intereses de las comunidades locales, sino solo a los objetivos del sector turístico (Cánoves et al., 2006).

Por desgracia, han sido escasos los productos o destinos consolidados de forma planificada (Cebrián & García, 2010), entre

otras debido a que los promotores no han tomado en consideración los elementos que representan los diferentes costos que debe asumir la población local y los cambios económico-sociales producidos con la llegada de los turistas (Santana, 2003). El desarrollo del modelo actual se ha basado en un notable aumento de plazas, discriminando en mayor parte el desarrollo y la ampliación de una infraestructura turística con la finalidad de ofrecer un producto más integrado. Muchos autores como Ivars (2000) o Pillet (2012) coinciden en que la oferta turística rural no puede solo estar compuesta por el alojamiento, sino precisa de una oferta complementaria y actividades adicionales, creando así un aumento de inversiones turísticas en el medio.

La reciente incorporación del turismo al medio rural no debe desligarse del resto de actividades, de igual modo que debe aprovechar la existencia de proyectos agrarios previos con la finalidad de ofrecer una oferta más atractiva (Aldrey et al., 2008). La agricultura puede jugar un papel crucial, ya que ofrece una renovada base de recursos para el desarrollo del turismo rural o ecológico (Van der Ploeg et al., 2000). Algo semejante ocurre con la conceptualización del agroturismo, donde el turismo es una actividad secundaria dentro de un proyecto agrícola. Se trata de una tipología más restrictiva, donde el objetivo principal es la interacción entre el turista y el agricultor (Paül & Araújo, 2012). En términos generales el turismo rural es la vía directa hacia un modelo más sostenible que no puede ser amenazado por el turismo masivo y donde el entorno ha de ser disfrutado, aprovechado y conservado tanto por los residentes como por los visitantes al mismo tiempo (Sanagustín et al., 2011).

Es más que evidente que muchos organismos responsables de la planificación estratégica en el medio rural han apostado por el turismo como una oportunidad de desarrollo y una alternativa para el sector económico local (Cebrián & García, 2010). Una de las causas

de esta tendencia es la facilidad de organizar el sector turístico, con la participación de pequeñas y medianas empresas con escasa conexión, en comparación con los sectores más industrializados (Dragi et al., 2012). El turismo se propone como la única actividad económica viable (Prats, 2011), sin embargo difícilmente puede ser la solución a los problemas a todos los niveles en el ámbito rural (Ivars, 2000). Para impedir una pérdida de la identidad rural es importante evitar que el turismo sea la principal o casi única fuente de rentas, ya que se debe contemplar como una contribución a la economía local, pero no un fin en sí mismo (García Cuesta, 1996)

Algunos autores sustentan la importancia del turismo como el gran benefactor del desarrollo local en los espacios rurales (Cànoves et al., 2006), que también ha sido estudiado, como el gran impulsor del efecto multiplicador, desde el punto de vista macroeconómico (Rodríguez & Guisado, 2003). Sin embargo, en la mayoría de los casos el sector no ha impedido el declive poblacional (Jurado & Pazos-Garcia, 2016), ni ha creado los impactos deseados debido a la escasa participación del visitante en las actividades propuestas y su bajo gasto en el territorio (Bel et al., 2014). A día de hoy se puede localizar con numerosa literatura, dentro del panorama científico, sobre el modelo turístico “ideal” dentro de las áreas rurales. Crouch & Ritchie (1999) parten desde el enfoque donde el turismo se ha de desarrollar siempre dentro de las necesidades reales de la población local, siempre y cuando haya un consenso y una implicación de la comunidad anfitriona. No es menos importante la complementariedad del turismo para el sector primario y las empresas derivadas del mismo (Diéguez et al., 2011). Algunos autores (Dragi et al., 2012; Martínez, 2004) coinciden en que el principal objetivo del sector es motivar a la población local, a residir en el área, mediante la mejora de las infraestructuras locales, generación de nuevos puestos de trabajo y

siendo turismo un agente integrador de los recursos naturopatrimoniales. Según Copeland (1991) el beneficio del sector reside en la obtención de ganancias económico-sociales para los residentes a cambio de la explotación de los recursos “gratuitos” (culturales, naturales y patrimoniales) por parte del visitante. García Cuesta (1996) añade otro enfoque, destacando al sector turístico como un vehículo de transmisión del conocimiento de la cultura popular en los lugares donde se desarrolla, fortaleciendo así el vínculo entre el turista y el residente.

La simbiosis entre el territorio, el residente y el visitante es vital para el desarrollo de cualquier actividad turística en un espacio rural. Un desarrollo turístico no planificado puede causar efectos desalentadores tanto para el demandante como para la comunidad local. Ante todo, el proceso de planificación ha de facilitar una transparencia informacional con la finalidad de ganar la confianza de ambos perfiles (Prabhakaran et al., 2014). Dicho esto, las políticas públicas han de velar por un modelo turístico vinculado al desarrollo del capital social y de la infraestructura local, sin descuidar los valores paisajísticos y las actividades del sector primario (Bell et al., 2009). Para una correcta implantación de la actividad, cumpliendo con los objetivos previamente marcados, se precisa una continua evaluación de la capacidad real de desarrollo del turismo, evitando una posible sobrevaloración de las capacidades de sector (Pulido & Cárdenas, 2011). El enfoque desde la planificación local debe asumir no solo los impactos positivos como los monetarios o laborales, sino el análisis de posibles escenarios donde la actividad turística arrastra impactos negativos como un empleo de baja calidad o la estacionalidad turística (Dragi et al., 2012).

Turismo rural en España

En el panorama europeo España fue un país pionero a la hora de acoger las primeras oleadas del turismo masivo. Ya a mediados de los años 1950 las áreas de la franja mediterránea se proyectaban como los principales destinos de turismo de sol y playa. No obstante, en la época del boom del turismo español (desde finales de los 1950 y mediados de los 1970), las acciones regulatorias y la inversión turística arraigaban una excesiva permisividad, vinculada al ámbito territorial y medioambiental (Ivars et al., 2014), lo que a posteriori adquiere una notable influencia en el modelo turístico español.

En las últimas décadas, países como Francia, Italia, España o Alemania, han entrado en una ralentización de la demanda debido a su temprano desarrollo como destino (Cuadro 2). Sin embargo, también puede observarse un notable crecimiento en aquellos países donde la actividad turística ha sido limitada por razones sociales, económicas o políticas (como en el caso de los ex miembros del Pacto de Varsovia o estados surgidos tras la fragmentación de Yugoslavia y la URSS). En todo caso, estas diferencias en la progresión del número de viajeros que no ha supuesto grandes cambios en las posiciones relativas. Si en el 2006 Alemania, Francia y España dominaban esta clasificación, once años después, en el 2017, la situación casi no ha cambiado, con los mismos países dominando la clasificación con pequeñas variaciones (España ha pasado del tercer al segundo destino por número de viajeros y Francia al contrario, manteniéndose Alemania como primer destino). Dicho esto, y aplicando las teorías de Butler (1980) sobre los ciclos de vida de los destinos turísticos, se podría afirmar que España se encuentra en una fase de transición entre la madurez y estancamiento (Vera & Monforte, 1994). Autores como Aguayo, Guisán, & Rodríguez (2001) destacan que el gran desarrollo turístico español intentó paliar el decrecimiento de la inversión

industrial nacional, no obstante los verdaderos impactos del sector servicios (en especial los de la actividad turística) están fuertemente unidos al desarrollo del propio sector industrial y las rentas producidas por el mismo.

En este positivo contexto general, el progreso del turismo rural español se debió a varios factores. Según García Cuesta (1996) esta modalidad del turismo surge de las exigencias de una sociedad cada vez mas urbanizada que busca ciertos valores sociales que se han perdido en las grandes metrópolis. A su vez, Santos (2012) amplía la visión alegando que es fruto de la conjunción de una serie de factores como: la búsqueda de soluciones a una crisis rural cada vez más grave, la ralentización de la industria y del productivismo (mencionado anteriormente), la descentralización de las políticas turísticas y el declive del producto de sol y playa que marcó un ciclo de desarrollo de muchos destinos españoles.

Cuadro 2: Evolución numero viajeros en Europa (turismo doméstico y turismo extranjero) 2006-2017

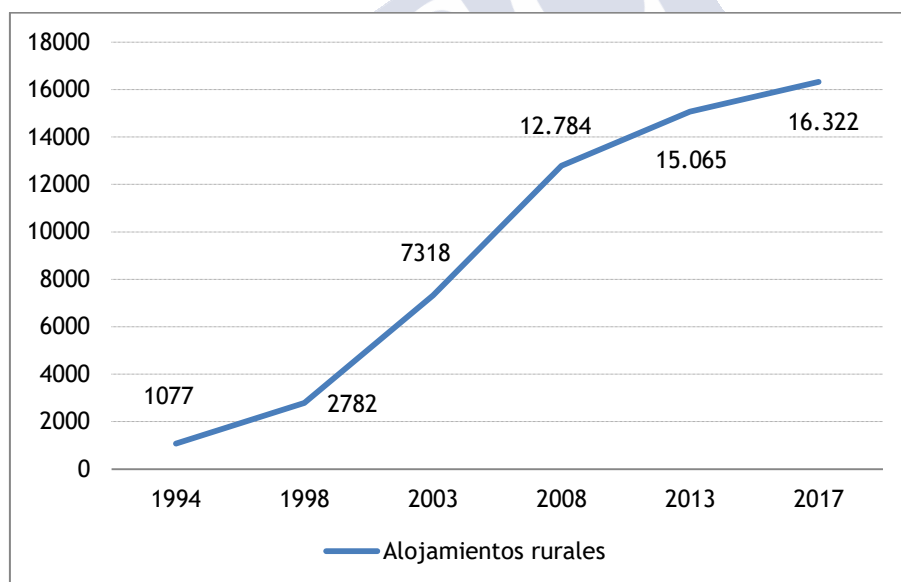
País receptor	Demanda turística 2006	Demanda turística 2017	% Var.
Bélgica	11 800 373	16 319 257	38%
Bulgaria	4 252 947	7 461 646	75%
Rep. Checa	12 724 926	20 000 561	57%
Dinamarca	5 790 165	7 673 208	33%
Alemania	125 236 529	172 312 123	38%
Estonia	2 259 087	3 544 932	57%
Grecia	13 982 021	26 135 918	87%
España	99 890 611	129 392 382	30%
Francia	124 401 921	166 830 634	34%
Croacia	8 163 542	17 409 937	113%
Italia	93 044 399	123 195 556	32%
Chipre	2 287 229	2 946 461	29%
Letonia	1 329 890	2 577 338	94%
Lituania	1 340 927	3 253 204	143%
Luxemburgo	967 881	1 155 958	19%
Hungría	7 182 550	12 459 373	73%
Malta	1 148 012	1 829 467	59%
Holanda	28 503 200	42 235 134	48%
Austria	26 508 469	38 586 622	46%
Polonia	17 512 115	31 989 344	83%
Portugal	13 046 832	24 557 197	88%
Rumania	6 216 028	12 056 173	94%
Eslovenia	2 410 575	4 891 986	103%
Eslovaquia	3 549 965	5 287 773	49%
Finlandia	9 634 879	11 794 394	22%
Suecia	21 613 354	29 873 967	38%
Reino Unido	85 598 662	122 041 074***	43%
Islandia	1 408 915	4 624 337*	228%
Liechtenstein	73 509	80 939	10%
Macedonia	497 641**	869 553	75%

Fuente: Eurostat 2017

*Dato 2016 /**Dato 2008/**/ Dato 2016

En el año 2010, Hernández-Maestro aseguraba que el turismo rural nacional ha evolucionado muy rápidamente, tanto desde el enfoque de la oferta como desde la demanda. Según los datos expuestos (Gráfico 1) se puede observar una explosión de la oferta, y por lo tanto un vertiginoso crecimiento de la planta alojativa rural, entre los años 1998 y 2008 (360% en diez años). Tanto Cebrián & García (2010) como Pillet (2012) coinciden en que los programas PRODER y LEADER han sido los principales impulsores del desarrollo turístico en los espacios rurales, ya que el turismo se ha enfocado como una actividad de arrastre sobre el resto de los sectores económicos.

Gráfico 1: Evolución del número de alojamientos rurales en España (1994-2017)



Fuente: INE

Otro de los rasgos relevantes del desarrollo del turismo rural español es su confusa y distorsionada planificación desde “arriba”. La

gestión de la actividad en la mayoría de los territorios ha sido un proceso espontáneo, sin importantes estrategias consensuadas, y sin una adecuada planificación y estructuración de productos y de destinos; sino más bien, impulsada por unas políticas públicas basadas en la subvención (Martín & Martín, 2014; Pulido & Cárdenas, 2011).

Dicho lo anterior, se podría afirmar que una de las principales causas de la espontaneidad en el turismo rural es la fragilidad a la hora de abarcar el concepto en sí o estructurar una definición limitativa. Hernández-Maestro (2010) incide que tanto en el contexto europeo como en el nacional no existe una definición de espacio rural comúnmente aceptado, lo que ha permitido descentralizar la actividad otorgando la responsabilidad a las administraciones autonómicas, alejando el turismo rural nacional de un producto común estructurado. A parte de los problemas que emanan de la deficiente definición del turismo en el espacio rural, hay otros factores como la diversidad de los agentes implicados, confluencia de varias administraciones territoriales en la planificación de la actividad y la descentralización territorial de la oferta, que generan importantes barreras de estructuración de un producto rural sostenible (Ivars, 2000). Autores como Prats (2011) alegan en que el continuo empeño en vincular el turismo a las áreas rurales ha producido desastres irreparables en algunos territorios, debido a la sobrevaloración de los impactos del turismo y a la escasamente justificada insistencia de las políticas locales. Todavía cabe señalar que a pesar de un importante crecimiento en España, el turismo rural (excepto algunos casos) no sigue los criterios establecidos de planificación, sino un desarrollo espontáneo ante el crecimiento de una nueva actividad en el rural a fin de sanar las heridas económicas de estos territorios; hecho que ha generado múltiples disfunciones (Pulido & Cárdenas, 2011).

Espacios rurales en Galicia

Los espacios rurales gallegos, de la misma manera que el resto de las áreas rurales comunitarias, se encuentran en una fase de transición. En la década de 1970 se perciben los primeros síntomas de crisis de la sociedad agraria gallega, salpicado por un proceso de modernización que trajo una notable reducción de las necesidades de mano de obra (Hernández, 2011). Durante ese periodo se produce una desestructuración y pérdida de funcionalidad generalizada del sistema productivo agrario, ralentizando de esta manera el crecimiento demográfico (Calvo et al., 2011). Aldrey et al. (2008) alegan que la caída del viejo sistema de rentabilización agrícola no se vio acompañado de nuevos modelos económicos rentables, lo que produjo una desorientación agrícola que empujó a los espacios rurales gallegos a depender de las ayudas externas y no de las rentas autogeneradas. Si se enfoca este proceso desde la teoría clásica de la modernización, se podría afirmar que algunos territorios (sobre todo en el interior de Galicia) han evolucionado del estado preindustrial al postindustrial, sin superar un estado intermedio (Saco, 2010). El mismo autor añade que a la postre la entrada de España en el mercado común perjudicó a la economía productiva del rural gallego, sobre todo en el ámbito de fijación de cuotas de producción. Por el contrario de lo que sucedió en países como Irlanda, donde la entrada en la Unión Europea (1973) produjo un proceso de especialización productiva de la agricultura a fin de transformarse en un modelo de empresa industrial (Ferrás et al., 2007).

Si se analizan los impactos de los programas europeos como LEADER o PRODER, en el caso gallego asistimos a la visualización de unos resultados modestos o muy pobres en muchas áreas rurales. Paül et al. (2016) reconoce que dichos programas nunca llegaron a aplicarse según glosaba su normativa (enfoque bottom-up), sino se

construyó con las decisiones “desde arriba” (top-down), carente de unos mecanismos de participación generalizados y con una escasa implicación del tejidos empresarial y social. Pérez Fra & García (2000) coinciden en que LEADER y PRODER nunca se enfocaron (incluso desde el gobierno autonómico) en impulsar la agricultura como el sector predominante, sino, y por sorpresa de muchos, se propuso la actividad turística como el objetivo estratégico principal.

Dicho lo anterior, es importante subrayar los diversos cambios y transformaciones en el ámbito demográfico en el rural gallego. Tradicionalmente la aldea gallega fue un modelo de poblamiento donde la agricultura y ganadería de subsistencia eran los fundamentos de la economía local y las generaciones futuras aseguraba la existencia de las explotaciones familiares (Balsa-Barreiro, 2013). Debido a la infravaloración de la mano de obra agrícola las elevadas densidades rurales han ido menguando mientras se generalizaba la emigración hacia el exterior (Aldrey et al., 2008). Por otro lado, la continua reducción de la natalidad y el aumento de la duración media de la vida ha perjudicado gravemente a la pirámide población gallega (Hernández, 2011). Esta tendencia, a su vez, ha provocado un continuo proceso de envejecimiento en el rural gallego y abandono de algunas actividades tradicionales (Lois et al., 2009), coincidiendo con un importante crecimiento de presión urbanística en la franja atlántica (Calvo et al., 2011). Ante este escenario se observa un constante vaciado de recursos humanos que ralentiza los procesos de desarrollo endógeno de las áreas rurales (Saco, 2010), sometidas a una pérdida de competitividad debido al incremento de la dependencia económica y escasez de oportunidades laborales (Balsa-Barreiro, 2013).

Ahora bien, no todas las áreas rurales gallegas siguen los patrones anteriormente mencionados, y por lo tanto no responden a los cambios de la misma forma (Villarino, de Uña, et al., 2009).

Mientras las áreas de interior (sobre todo de Ourense o Lugo) se ven sometidas a un proceso de drenaje poblacional, el corredor atlántico que forman las ciudades de Ferrol, Coruña, Santiago, Pontevedra y Vigo, tiende a densificar y concentrar el grueso poblacional gallego (Ferrás, 2011). Estos movimientos demográficos se deben en mayor parte a la concentración de la actividad económica en la zona del Eje Atlántico convirtiéndolo en el espacio más dinámico de Galicia (Balsa-Barreiro, 2013). Uno de los sectores fuertemente arraigados a los espacios costeros (tanto urbanos como rurales) gallegos es la pesca. Actualmente, Galicia es el principal productor español dentro de la industria conservera (Varela et al., 2009). Por otro lado, es la región europea cuyos nivel de dependencia del sector pesquero es de los más altos de Europa, además de ubicar casi la mitad de la totalidad de los barcos de la flota española (Fernández et al., 2006). A pesar de que algunas voces afirman que el sector pesquero gallego se encuentra en la fase de declive, autores como García-Allut (2003) alegan que la afirmación anterior es prematura, a pesar de que se está produciendo una notable reducción de pescadores y embarcaciones.

A modo de resumen, estamos ante la desaparición de la dicotomía ciudad/rural fenómeno que define muy bien la realidad gallega. Las áreas rurales han disminuido su función de producir alimento, en cambio presumen de otras funciones como el consumo de ocio, servicios de recreación, turismo, bienestar, etc. (Pereiro, 2015).

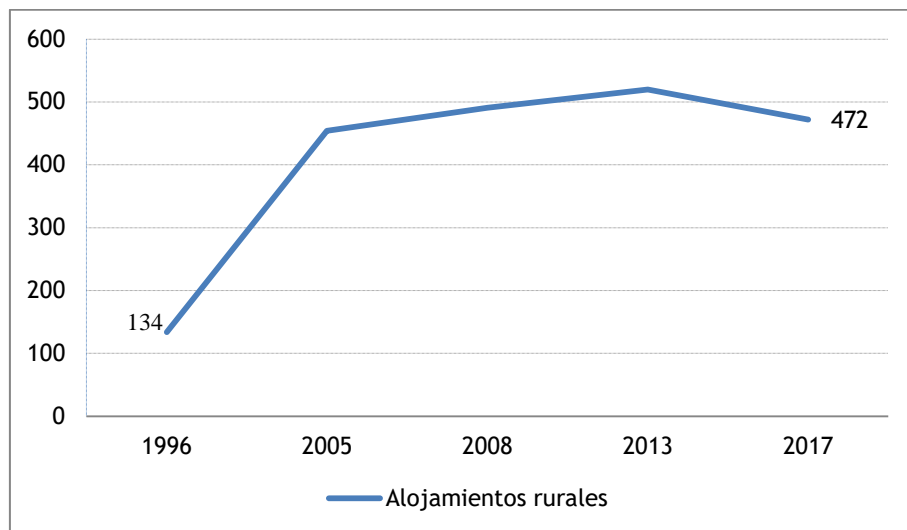
Turismo rural en Galicia

Las primeras políticas de desarrollo rural gallegas, que proyectan la actividad turística como sustituto de las actividades agropecuarias, surgen en la década de la constitución del Estatuto de Autonomía (Pereiro, 2015). A principios de los 1980 la oferta turística gallega era muy pobre y se limitaba exclusivamente a los espacios del litoral,

destacando una importante carencia de producto (Santos, 2012). La evolución de la actividad durante los años 1990 originó cierta polémica debido al impulso del sector con la ayuda de las subvenciones de la Xunta de Galicia, El Plan FUTURES y los programas LEADER y PRODER; iniciativas más que cuestionadas al plantearse como impulsoras de la mejora inmobiliaria en el rural y no como constructoras de un modelo turístico largoplacista (Cánoves et al., 2005; Lois et al., 2009). Este fenómeno está ligado a que la normativa reguladora de los fondos destinados al turismo rural carecen de condicionantes lo que ha facilitado que el objetivos de las solicitudes fuese la restauración de casas rurales (Besteiro, 2006). Ulla & Pazos (2010) enfatizan en que LEADER (I-II) tuvo una importante influencia en la construcción del modelo turístico actual, criticado principalmente por su exceso de oferta alojativa y escasa oferta complementaria. Y que se sirva de ejemplo, en el año 2000 de la totalidad de las plazas ofertadas en la provincia de Ourense un 64% se acogieron a algún tipo de subvención de la Xunta, lo que visualiza mejor la importancia de dichos fondos en el desarrollo turístico de la provincia (Abad, 2003).

Como puede comprobarse (Grafico 1 y 2) el crecimiento de la planta alojativa rural en Galicia ha tenido el mismo comportamiento que el ámbito nacional. Un vertiginoso aumento de plazas que comprende el periodo 1996-2008, tras el cual se produce una visible ralentización e incluso decrecimiento. En cuanto al comportamiento de los indicadores como el grado de ocupación o la estancia media vemos que el turismo rural gallego se desprende de la media nacional, lo que remarca con más ímpetu la fragilidad del modelo actual.

Gráfico 2: Evolución del número de alojamientos rurales en Galicia (1996-2017)



Fuente: IGE

A pesar de unos modestos impactos provocados por el sector en las últimas décadas y una escasa planificación general del sector, en Galicia parece existir una firme concepción de que el turismo es la solución definitiva al declive de la agricultura (Pérez Fra, 2003). El continuo empuje de la administración gallega ha situado el turismo como uno de los principales sostenes de la economía rural, desde los comienzos de la crisis hasta la actualidad (Miramontes, 2016), a pesar de la complejidad de que el turismo pueda constituir una alternativa viable de las actividades agrarias, creando empleo y fijando población por si solo (Pérez Fra & López, 2005). De acuerdo con Rodríguez & Guisado (2003), dicha complejidad se constituye por dos factores: en primer lugar la mayoría de los destinos y productos turísticos gallegos atraviesan una fase de consolidación, madurez e incluso declive o estancamiento, sin aportar datos sobre relevantes impactos en términos de desarrollo; en segundo lugar, en el caso del turismo rural no se admiten modelos que arraigan masificación de la demanda

debido a la fragilidad y la sensibilidad de los recursos naturales que construyen el modelo en sí (Martínez, 2004).

Actualmente el turismo rural gallego pasa por una fase de transición, donde se ha visto una cierta mejora en la creación de infraestructura y oferta complementaria, pero sin efectos visibles como una actividad generadora de desarrollo (Simón et al., 2011). A pesar de que la imagen externa del turismo rural en Galicia crea un cuadro asociado al paisaje y a la tranquilidad (Andrade, 2012), dicha interpretación está amenazada y tiende a disminuir debido a un modelo turístico poco planificado (Lois et al., 2009), una sobreoferta de alojamiento rurales y una escasa existencia de productos turísticos globales (Santos, 2012).

El turismo rural intenta hacerse hueco en unos espacios donde el sector agrario sufre un retroceso en el ámbito económico (Diéguez et al., 2011), que a su vez se acompaña de un declive demográfico que pone en riesgo el relevo generacional de los espacios rurales. No obstante, como indica Pereiro (2015) el sector turístico en el rural gallego, hasta ahora, no ha sido capaz de mejorar la producción agraria, fijar población, crear un elevado número de empleos o convertirse en una actividad económicamente rentable para el territorio, en gran medida porque no ha sido lo suficientemente atractivo para atraer un volumen creciente y económicamente significativo. De hecho, algunos autores como Paül (2013) sostienen que a través de los indicadores de ocupación anual (Cuadro 3), en la planta alojativa rural gallega, se puede vislumbrar una brecha en el modelo actual hasta el punto de sospechar de un posible uso fraudulento de las subvenciones destinadas a la creación de empresas.⁹

⁹ El grado de ocupación medio anual en los hoteles según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE no es en ninguna provincia española inferior al 35%. Parece por

Cuadro 3: Ocupación anual y estancia media en los alojamientos rurales España-Galicia (2007-2017)

Año	Grado de ocupación anual		Estancia media	
	España	Galicia	España	Galicia
2007	33,63	17,7	3	2,2
2008	18,42	16,4	2,99	2,2
2009	16,96	15,3	2,92	2,1
2010	15,72	15,8	2,88	2
2011	15,1	12,1	2,8	2,1
2012	14,3	11	2,8	1,9
2013	13,4	10,8	2,8	2
2014	14,9	13,1	2,8	2
2015	16,6	15,6	2,7	1,9
2016	18	18,3	2,7	2
2017	19,2	20,2	2,7	2,1

Fuente: INE.

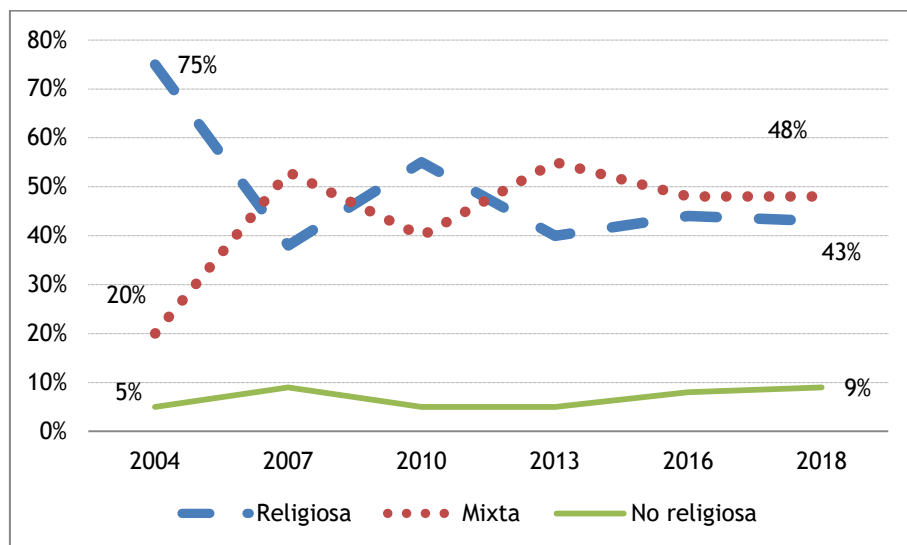
El Camino de Santiago

Como se afirma anteriormente, la mayoría de los productos y destinos turísticos gallegos atraviesan por una fase de madurez, consolidación o estancamiento. Sin embargo el turismo cultural vinculado al Camino de Santiago se está proyectando como la gran referencia y el buque insignia del turismo gallego (Ulla & Pazos, 2010). Ya durante la Edad Media el Camino de Santiago, junto a la peregrinación a Roma y Jerusalén, se posicionó como una de las tres peregrinaciones de mayor impacto y alcanzando en la actualidad el mayor rango de las tres (Lois & Lopez, 2012). El continuo

tanto difícil que las ocupaciones del turismo rural estimadas por la Encuesta de Ocupación del Turismo Rural, no estén por debajo del umbral de rentabilidad, tanto en Galicia como en España)

intercambio de peregrinos ya dura más de diez siglos, debido a que las raíces de la peregrinación se remontan al siglo XI gracias al descubrimiento de la tumba del apóstol Santiago (Andrade et al., 2010). Con el paso del tiempo el Camino de Santiago ha ido interaccionando con los territorios por los que transcurre forjándose como un itinerario cultural con una personalidad propia (Porcal et al., 2012). Cabe destacar la amplitud y la complejidad del fenómeno que abarca un amplio conjunto de factores (espiritual, económico, sociológico, etc.) constituyendo una modalidad religiosa de turismo (Andrade et al., 2010). Con el paso del tiempo el formato original de la Ruta Jacobea ha ido evolucionando desde un enfoque religioso hacia una modalidad más cultural (Andrade, 2011) que significó la estructuración de un producto más global con una masificación de la demanda que ha fortalecido el factor dinamizador de los espacios por los que transcurre (Montes, 2015). Como puede observarse (Grafico 3) en los últimos quince años asistimos a una evolución dentro del perfil de usuarios del Camino de Santiago. La motivación puramente religiosa ha ido mutando hacia motivaciones mixtas (cuando se realiza el Camino no solo por razones religiosas) y también se observa un leve aumento de perfiles que no vinculan el Camino a una motivación religiosa. Herrero (2009) considera que esta tendencia se debe a que la ruta jacobea presenta nuevos valores dentro de un capital cultural que vincula a diferentes actores sociales con intereses y orientaciones propias, lejos de un enfoque basado exclusivamente en la fe y el tributo.

Gráfico 3: Distribución de los Peregrinos que recogen la Compostela por Motivación (2004-2018)



Fuente: Oficina del Peregrino (Santiago de Compostela)

La década de los 1990 fue clave a la hora de proyectar el Camino de Santiago como un producto turístico de interés global. En el 1987 el Camino es reconocido por el Consejo Europeo como el primer Itinerario Cultural Europeo. Posteriormente la Xunta de Galicia adquiere un papel importante impulsando el producto mediante la promoción en el Xacobeo en los años 1993, 1999 y 2004 (Andrade, 2011). Cabe destacar la declaración del Camino de Santiago (en el año 1993) como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. A nivel nacional, a partir del año 2002, se asiste a la incorporación del sello del Instituto del Turismo de España dentro del “Plan Estratégico para la promoción y comercialización del Camino de Santiago” (Martín-Duque, 2017). En los datos ofrecidos (Tabla 4) se puede observar el continuo crecimiento de peregrinos, como también el aumento constante de la demanda internacional que ha superado a la nacional, proporcionando de esta manera al producto un despliegue más global.

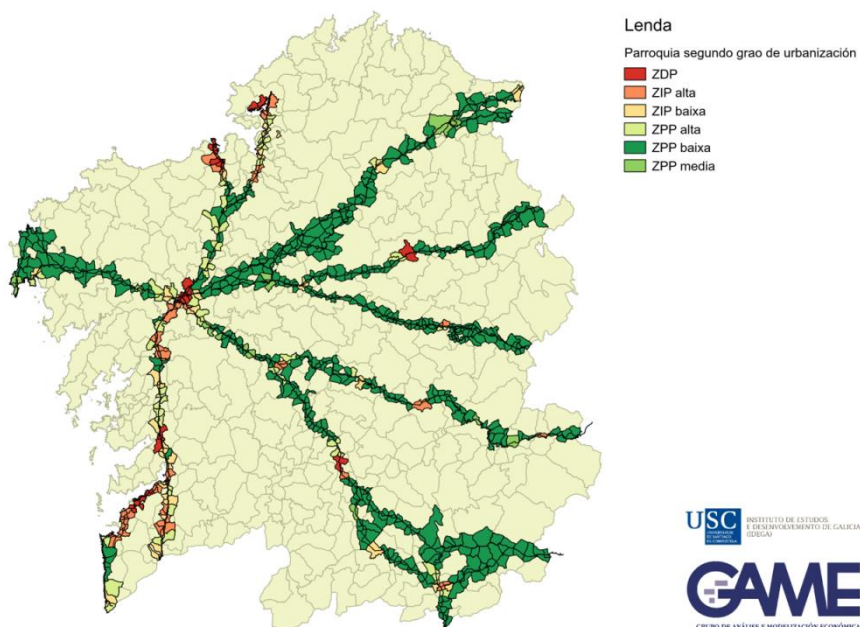
Cuadro 4: Evolución de cantidad de peregrinos y su proporción según origen (2004-2018)

	2004	2007	2010	2013	2016	2018
Nacionales	76%	48%	70%	49%	45%	44%
Extranjeros	24%	52%	30%	51%	55%	56%
Total	179.891	114.466	272.417	215.879	277.854	327.378

Fuente: Oficina del Peregrino (Santiago de Compostela)

Actualmente el Camino de Santiago implica a 94 de los 313 municipios gallegos (Mapa 2), en su gran mayoría zonas rurales poco pobladas (ZPP) con baja densidad de población (salvo en el caso del Camino Portugués) y, por lo tanto, con graves problemas de sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Mapa 2: Clasificación de las parroquias según grado de urbanización y los Camiños a Santiago de Compostela



Cabe subrayar el auge de las vías alternativas al Camino Francés lo que empuja el producto a una expansión territorial mayor, y puede convertir al Camino es un elemento vertebrador en las dimensiones social, demográfica y económica, con un enorme potencial distributivo a escala territorial que puede y debe ser aprovechado favoreciendo un crecimiento equilibrado de las diferentes rutas existentes (Bande, Fernández y Riveiro, 2018), lo que ya había sido puesto de manifiesto por Herrero (2009) al indicar que para muchos municipios gallegos el Camino es el primer recurso turístico, lo que a su vez lo ha convertido en la principal fuente de ingresos y por lo tanto en una pieza clave dentro del motor de desarrollo local (Montes, 2015). En los datos ofrecidos en el Cuadro 5, se puede observar una disminución del peso relativo de la vía francesa a favor de otros itinerarios lo que ha supuesto que en once años perdiera 23 puntos porcentuales.

Cuadro 5: Reparto de la demanda de usuarios del Camino de Santiago según la vía (2004-2018)

Vía / Año	2004	2007	2010	2013	2016	2018
Francés (11 municipios)	77%	80%	69%	70%	63%	57%
Portugués (13 municipios)	8%	7%	12%	13%	18%	21%
Sanabrés (16 municipios)	5%	4%	5%	4%	3%	3%
Norte (9 municipios)	4%	5%	6,50%	6%	6%	6%
Primitivo (5 municipios)	3%	2%	3%	3%	4%	5%
Ingles (16 municipios)	2%	1%	2%	2%	3%	4%
Portugués Costa (5 municipios)	0,50%	0,10%	0,50%	0,50%	1%	4%
Fisterra-Muxia (8 municipios)	0,20%	0,20%	0,70%	0,20%	0,30%	0,30%
Otros	0,10%	0,12%	0,20%	0,14%	0,16%	0,1%
Invierno (11 municipios)	0,00%	0,01%	0,05	0,07%	0,10%	0,20%

Fuente: Oficina del Peregrino (Santiago de Compostela)

Ulla & Pazos (2010) enfatizan en que el crecimiento exponencial del número de peregrinos está causando saturación durante algunas épocas y en espacios como el Casco Histórico de Santiago de Compostela y algunos tramos de la vía francesa, lo que pone en una encrucijada las previsiones de desarrollo y la evolución del producto en los próximos años. No obstante, como Bande, Fernández y Riveiro (2019) muestran la percepción de saturación es subjetiva y depende poco del grado efectivo de utilización del recurso (la percepción de saturación individual no está positivamente correlacionada con el nivel de ocupación) y que por el momento esta percepción de elevada densidad de visitantes en el Camino de Santiago no afecta a la percepción positiva que, en términos generales, los peregrinos tienen de su experiencia (incluso, para muchos peregrinos la presencia de otros peregrinos es uno de los aspectos de su experiencia mejor valorado). Tampoco en las áreas rurales, los residentes están de acuerdo con que el número de peregrinos sea excesivo.

A pesar de que autores como Corpas (2011) sostienen de que el Camino de Santiago es un producto turístico consolidado y que proporciona riqueza mediante la creación de nuevas empresas, no toda la comunidad científica percibe los impactos del Camino de la misma manera. Andrade et al. (2010) describen que al principio se detectó una cierta euforia entorno al Camino de Santiago, no obstante, y a pesar de la afluencia coyuntural de los peregrinos, el enfoque más objetivo ha mostrado unos resultados muy tímidos dentro del desarrollo social y económico de los municipios rurales que atraviesa. Santos (2006) señala que la estructuración del producto se ha basado principalmente en acciones de promoción, lo que a su vez ha generado una creciente masificación turística incapaz de forjar dinamismo en los territorios vinculados. Dicho lo anterior, estamos ante una paradoja

creada por el continuo y elevado crecimiento de usuarios del producto acompañado de los limitados impactos generados; sobre todo en la vía francesa, el tramo más masificado (Santos, 2012).

Andrade (2011) coincide en que, desde un punto de vista socioeconómico, los impactos producidos por el Camino de Santiago no han cumplido las expectativas esperadas, por lo tanto, no ha conseguido generar las deseadas dinámicas de crecimiento dentro de los territorios vinculados. En gran medida, en ello ha influido, como muestra Parga-Dans (2012) que el Camino de Santiago es un producto que comparte una característica propia del turismo rural gallego que es la estacionalidad, facilitando de esta manera los picos de la demanda en la época estival y la ralentización del mercado laboral durante la temporada baja.

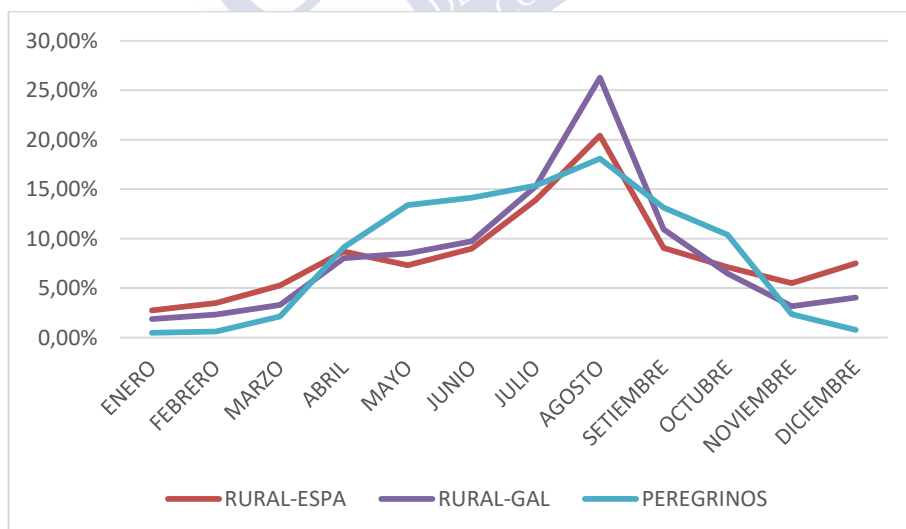
Los datos del cuadro 6 muestran que, aunque la estacionalidad de los peregrinos ha disminuido, la variación no es muy llamativa. Si es cierto que el mes de agosto ha perdido cierta cuota de demanda a favor de los meses restantes, pero analizando los datos cuatrimestralmente se puede verificar que ese cambio no es tan significativo, y que el primer cuatrimestre alberga los números más bajos de la demanda, fenómeno que compromete la estructuración de un producto anual. Las condiciones climáticas comprometen la peregrinación, por ello en los cinco meses de menos luz y mas lluvia (los tres primeros meses del año y los dos últimos) el número de peregrinos es muy inferior, al resto de meses. Sin embargo, la estacionalidad de los peregrinos es claramente diferente a la observada en el turismo rural, como puede comprobarse en el Grafico 4, tanto en España como en Galicia. Por lo tanto, el camino de Santiago si está ayudando a la desestacionalización de los visitantes y a facilitar la existencia de un periodo más amplio con rendimientos aceptables de las actividades de restauración y alojamiento.

Cuadro 6: Distribución mensual de los usuarios del Camino de Santiago (2004-2019)

	2004	2019	Cuatrimestral 2004	Cuatrimestral 2019
enero	0,35%	0,50%	11,38%	12,39%
febrero	0,77%	0,61%		
marzo	1,71%	2,15%		
abril	8,55%	9,13%		
mayo	9,27%	13,38%	62,49%	60,9%
junio	10,61%	14,13%		
julio	17,54%	15,35%		
agosto	25,07%	18,08%		
septiembre	12,51%	13,13%	25,03%	26,66%
octubre	8,00%	10,40%		
noviembre	2,42%	2,35%		
diciembre	2,09%	0,78%		

Fuente: Oficina del Peregrino (Santiago de Compostela). Elaboración propia.

Gráfico 4: Distribución pernотaciones en alojamientos de Turismo Rural y del número de Peregrinos. Año 2019



Fuente: INE y Oficina del Peregrino (Santiago de Compostela). Elaboración propia.

Aunque la literatura académica parece ofrecer evidencia contraria, el Camino, es hoy un factor esencial para explicar el crecimiento socioeconómico de los territorios que recorre (Fernández y Riveiro, 2018). Son muchos los núcleos rurales del Camino que se benefician directa e indirectamente del paso de los peregrinos, pero también es cierto, que puede ser posible que no todos los impactos del Camino tengan un signo positivo. En muchas dimensiones (empleo, actividad productiva, mantenimiento de servicios e infraestructuras básicas) los impactos a escala local del Camino son muy evidentes, y el simple repaso a las cifras que muestran las estadísticas oficiales o los registros administrativos lo confirman. Sin embargo, en otras dimensiones como la demográfica o la sostenibilidad social y medioambiental la información disponible o es contraria (declive poblacional) o no existe, lo que parece poner en duda la capacidad del Camino como elemento esencial en la articulación de la Galicia interior. No obstante, como se concluye en Fernández y Riveiro (2018): (1) el Camino aunque tiene un impacto económico agregado cuantitativamente modesto, es cualitativamente muy significativo, ya que puede confirmarse que el consumo del peregrino a lo largo de su recorrido tiene un impacto económico por unidad de demanda (multiplicador) superior a la media de visitantes, (2) a escala local el impacto es muy intenso tanto en la dimensión puramente económica como en las dimensiones social, cultural y demográfica, tanto según la opinión de los residentes como la información estadística disponible sobre la evolución del empleo y la actividad productiva, (3) la población residente está muy satisfecha con el Camino, y (4), el camino tiene un papel crucial para preservar el paisaje o los núcleos de población más rurales.

1.6. CONCLUSIONES

La proyección de la actividad turística, como el agente dinamizador de muchos espacios rurales, se está convirtiendo en un fenómeno cada vez más común y difícilmente reversible. Aprovechando el visible estancamiento por parte de los productos clásicos, como el de sol y playa, el turismo rural ha eclosionado con un ritmo frenético que en algunas ocasiones ha sorprendido “in fraganti” a muchos gestores público-privados. A esta situación han contribuido varios factores. Tanto las diferentes iniciativas subvencionistas del ámbito comunitario como la continua transformación de los espacios agrorurales, dando paso a una nueva multifuncionalidad del territorio.

El caso gallego no es una excepción. En el último cuarto de siglo las diferentes iniciativas como LEADER, PRODER o FEADER, junto a la rápida consolidación de itinerarios de interés internacional como el Camino de Santiago, han marcado el eje de desarrollo de los principales modelos turísticos del rural gallego. El acelerado crecimiento del tándem oferta-demanda no siempre fue fruto de la implementación de un plan concreto, sino más bien debido al desarrollismo escasamente controlado de la actividad. Ante una notable ausencia de mecanismos de gestión, control y planificación en general, muchos de los destinos se han visto desbordados a la hora de cuantificar o al menos estimar los verdaderos impactos del turismo, tanto en el tejido social como en los aspectos económicos. Este escenario de incertidumbre reclama una reflexión sobre la continuidad de los actuales modelos autoconstituidos y los efectos de una escasa evaluación de los impactos de la actividad turística, vinculados al desarrollo de los espacios rurales.



CAPÍTULO 2: CARACTERIZACIÓN SOCIOECONOMICA DEL ÁREA DE ESTUDIO

2.1.- CARACTERÍSTICAS GENERALES

Fisterra es un referente geográfico y mítico, tanto para los que se acercan por mar como para los que llegan andando. Para muchos, es el fin de un viaje espiritual y para otros muchos, por su situación, su historia y su significado, un *lugar sagrado*. El municipio tiene una superficie total de 28,4 Km², limita al norte con el municipio de Cee y al sur, este y oeste con el Océano Atlántico. Los bordes litorales del municipio se configuran como una sucesión de playas y acantilados. En el borde occidental destacan las playas de Rastro, Arnela y do Mar de Fora y en el borde oriental las de Corbeiro, Riveira, Langosteira, Sardiñeiro, Restrelo y Estorde. Tiene un clima típicamente oceánico, con temperaturas suaves y con escasa oscilación anual y donde las precipitaciones son moderadas y distribuidas a lo largo del año con relativa regularidad.

El 90% de la superficie municipal está ocupada por usos rústicos, pero la mayor parte del mismo no se explota por el abandono paulatino del campo. La incidencia de las edificaciones destinadas a usos industriales es bastante baja, y tiene carácter puntual. Las actividades terciarias se localizan en los núcleos principales, el núcleo de Fisterra, el núcleo de Sardiñeiro y el núcleo de A Anchoa. En Fisterra destaca por su valor natural, ecológico y paisajístico el Cabo Fisterra, que está incluido en el “LIC Costa da Morte” y las playas de Langosteira y Rostro.

El municipio de Fisterra contaba en el año 2019 con una población de 4.708 habitantes, lo que representa el 21,9% de la población total de la comarca de “FISTERRA”; se sitúa por detrás del municipio de Cee, con 7.546 habitantes, único municipio que gana población en las dos últimas décadas. La densidad de población de Fisterra (165,7 habitantes/km²) es superior a la media comarcal y solo inferior a la de Corcubión, que cuenta con 246 habitantes por km². En los últimos veinte años ha perdido el -11% de su población, un ritmo claramente superior al conjunto de Galicia, pero inferior a las pérdidas de otros municipios rurales tanto próximos como en áreas del interior de Galicia.¹⁰

Atendiendo a la ocupación del territorio y al nivel de concentración de la población, debe destacarse que Fisterra presenta una ocupación del territorio cifrada en 0,8 entidades/km², valor igual al de la media comarcal (0,8 entidades/km²).

2.2- DEMOGRAFÍA

En el Cuadro 7 se resumen los principales indicadores demográficos de Fisterra, su comarca, la provincia de A Coruña y Galicia. Según los datos expuestos, Fisterra es un municipio envejecido, con una baja tasa de natalidad y con un saldo migratorio ligeramente positivo, lo que en conjunto compromete la renovación generacional. No obstante, tiene indicadores demográficos ligeramente mejores que sus vecinos más próximos (los incluidos en la comarca de Fisterra) pero lejos de los valores medios provinciales.

¹⁰ En el mismo periodo Galicia perdió el -1,13% de su población, pero Muxia o Dumbria duplicaron la pérdida acumulada en Fisterra (-27,48% y -35,31% respectivamente).

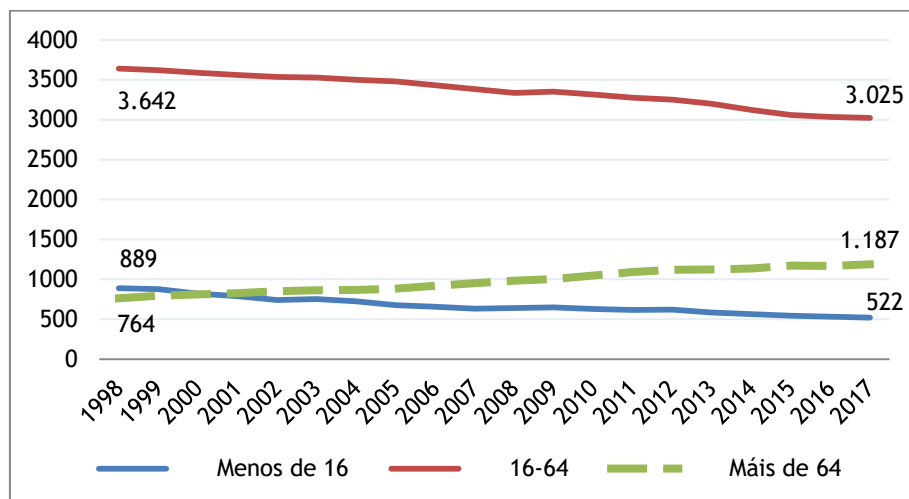
Cuadro 7: Indicadores Demográficos

	FISTERRA	COMARCA	CORUÑA	GALICIA
DISTRIBUCIÓN POBLACIÓN POR EDADES				
0-15	10,6%	10,8%	12,9%	12,7%
16-64	63,5%	61,2%	62,5%	62,1%
65 Y MAS	25,8%	28,1%	24,6%	25,2%
PESO POB. EXTRANJERA	3,0%	2,0%	3,4%	3,7%
EDAD MEDIA	48,57	49,23	46,92	47,24
TASA BRUTA NATALIDAD	5,5	4,63	6,36	6,13
TASA BRUTA MORTALIDAD	11,92	12,68	11,68	12
INDICE ENVEJECIMIENTO	193,03	214,21	152,22	158,15

Fuente: IGE, Fichas municipales. Elaboración propia.

En relación a la dinámica de la población en los últimos años, se constata una pérdida continua de población en edad de trabajar, lo que en palabras de Saco (2010) amenaza la disponibilidad de recursos humanos a largo plazo, afectando de esta manera a la competitividad del mercado laboral. El único grupo de población que aumenta en términos absolutos es el de los mayores de 65 años (Gráfico 5). Esta dinámica es común a todos los municipios del rural en Europa, no solo en Galicia.

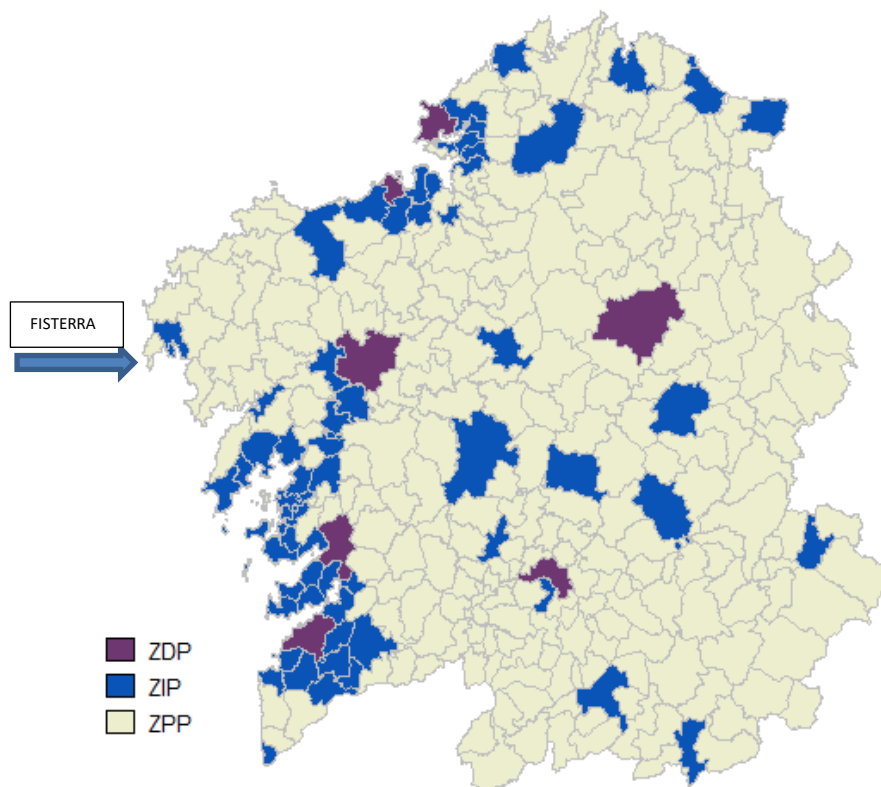
Gráfico 5: Evolución demográfica de Fisterra según grandes grupos de edad (1998-2017)



Fuente: IGE. Elaboración propia.

Antes de continuar con el análisis del área de estudio es importante subrayar la clasificación, dentro de la dicotomía urbano/rural, que tiene el municipio. A pesar de que en el marco de definiciones en torno al municipio rural existen varias discrepancias por parte de la comunidad científica y las instituciones públicas, dado el entorno de aplicabilidad de los resultados consecuentes a esta investigación se ha declinado por aplicar la conceptualización de la Agencia de Estadística de la Unión Europea (EUROSTAT). En el año 2011 la agencia propone los siguientes umbrales: el límite poblacional se fija en 5.000 personas, siempre y cuando se respete el umbral de la densidad demográfica por debajo de 300 hab/km². Por lo tanto, Fisterra debe considerarse un municipio rural ya que cumple con los umbrales mencionados. De hecho, en 2017 el Instituto Galego de Estatística publico una actualización de la clasificación del grado de urbanización de los municipios gallegos (Mapa 2) basada en el estándar europeo. Fisterra se clasifica como Zona Poco Poblada (ZPP).

Mapa 3: Los Municipios de Galicia según el grado de Urbanización (GU 2016)



Fuente: IGE, Panorama Rural-Urbano.

Además, siguiendo las clasificaciones propuestas por la Eurostat y la OCDE, Fisterra debe ser considerado un municipio rural remoto en el sentido de que no dispone de los servicios asociados a una ciudad (entendiendo por tal la que tenga como mínimo 50.000 habitantes) en un tiempo razonable (tiempo de viaje inferior a los 45 minutos).¹¹

¹¹ Santiago de Compostela está a una hora veinticinco minutos de Fisterra en automóvil particular, llegar a Coruña desde Fisterra requiere unos pocos minutos menos.

2.3. ACTIVIDAD ECONÓMICA, DESARROLLO Y COHESIÓN SOCIAL

Existe una larga trayectoria de indicadores sobre desarrollo que nos permiten conocer la distribución espacial de la riqueza o clasificar territorios según su grado de desarrollo. Hay muchos índices que se pueden utilizar, pero seguramente los más habituales son los denominados índices tradicionales: Producto Interior Bruto (PIB), PIB per cápita y Renta bruta disponible.

El PIB mide el valor de todos los bienes y servicios de demanda final producidos por un territorio en un período de tiempo determinado (generalmente un año). No es un indicador de desarrollo en sí mismo, pero si lo relativizamos por población (PIB per cápita) o por territorio (densidad económica) obtenemos un enfoque más adecuado.

Cuadro 8: Indicadores Económicos

	FISTERRA	COMARCA	CORUÑA	GALICIA
REND. MEDIO IRPF	12.798	13.783	18.526	17.373
RENTA DISPONIBLE BRUTA	12.239	11.940	15.483	14.643
PIB POR HABITANTE	11.885	17.557	24.328	21.727
PENSIONES NO CONTRIBUTIVAS SOBRE TOTAL MAYORES 65 AÑOS	8,79%	8,02%	5,40%	5,71%
EN RELACIÓN VALOR MEDIO DE GALICIA				
REND. MEDIO IRPF	74%	79%	107%	100%
RENTA DISPONIBLE BRUTA	84%	82%	106%	100%
PIB POR HABITANTE	55%	81%	112%	100%

Fuente: IGE y elaboración propia

El PIB per cápita (valor de la producción nacional, realizada en el municipio, en relación al número de vecinos del municipio) es

muy bajo en Fisterra (Cuadro 8). La distancia es menor cuando consideramos la Renta Bruta Disponible. En cualquier caso, estamos ante un municipio con una producción per cápita muy reducida y con una renta bruta disponible también baja, aunque mucho más próxima al valor medio de Galicia. Esta conclusión es confirmada por el valor del rendimiento medio del IRPF que también se sitúa claramente por debajo del rendimiento medio de Galicia.¹²

Completamos esta breve aproximación analizando los datos disponibles sobre pobreza. La pobreza es fuente de múltiples formas de marginación social. Los más pobres están al margen de muchos de los servicios que ofrece la sociedad y no tienen los recursos para participar en actividades culturales, hacer deporte o estar en contacto con el resto de la sociedad. Una forma de aproximar este tipo de situaciones a escala local es analizar el porcentaje de población del municipio que percibe la Renta de Integración Social de Galicia (RISGA) o las Ayudas de Inclusión Social (AIS). En Fisterra en el año 2018 solo perciben la RISGA 7 personas y solo 1 la AIS. Dado el nivel de producto per capita y renta disponible parece difícil que solo cuente con 8 familias con ayudas de exclusión social. El resultado es muy positivo, y su dinámica aún mas, ya que en 2001 eran 12 y 6 las familias en ambos conceptos de ayudas. Es posible que exista desconocimiento entre la población en relación a este tipo de ayudas, ya que, por ejemplo, en Fisterra el peso de las pensiones no

¹² La renta media declarada en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), es el resultado de sumar, en términos generales, la renta neta del trabajo, del capital mobiliario, del capital inmobiliario y de las actividades económicas del modelo 100 de la plantilla del impuesto sobre la renta, dividido por el número total de declaraciones presentadas en el año al que se refiere la información. Por tanto, incluye todos los ingresos percibidos en el año por todos los miembros que integran la unidad familiar. No es un ingreso individual ni un ingreso por hogar o familia, ya que depende del tipo de declaración.

contributivas sobre el total de personas mayores es casi el doble que para el conjunto de Galicia.¹³

2.4. UN DÉBIL MERCADO DE TRABAJO

Igual que en la mayoría de los municipios rurales de Galicia el municipio de Fisterra está pasando por una fase de transformación sectorial dentro del esquema económico local. El sector primario, ligado a la actividad pesquera, ha sido el principal eje de la dinamización laboral en los últimos siglos. Algunos archivos fiscales, que se remontan al siglo XVI, recogen la importancia histórica de la pesca para el área de estudio (Barreiro, 1998) lo que explica la profundidad del arraigo en la actividad.

Muchos miembros de la comunidad científica (Fernández et al., 2006; Varela et al., 2009) han clasificado el sector pesquero gallego como una actividad con altísimo potencial capaz de crear una renta por encima de la media del conjunto gallego. De hecho, a pesar de que la mayoría de las empresas son de corte familiar la industria pesquera gallega es uno de los principales pilares del sector a nivel nacional, acogiendo en Galicia casi la mitad de su flota. En el caso de Fisterra, en los últimos años los vecinos han sido testigos del declive del sector (Cuadro 8) sustituido progresivamente por el sector turístico, siendo este la principal actividad económica local (Lopez et al., 2017).

¹³ Las Pensiones no Contributivas, aseguran a todos los ciudadanos en situación de jubilación o invalidez y en estado de necesidad, una prestación económica, asistencia médico-farmacéutica gratuita y servicios sociales complementarios; aunque no se haya cotizado o se haya hecho de forma insuficiente para tener derecho a una Pensión Contributiva. Su cuantía máxima anual integra en 2020 es de 395,60 euros.

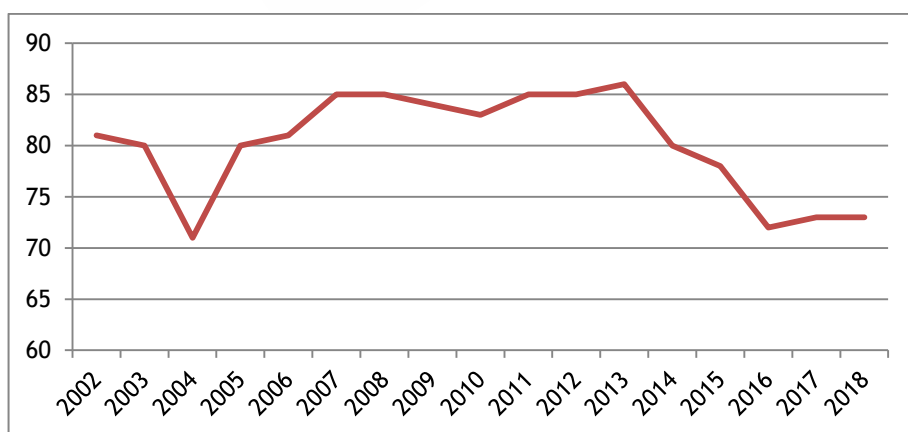
Cuadro 9: Población ocupada por sectores en el municipio de Fisterra (1991-2017)

	1991	2017	% Var.
Agricultura	148	284	-60%
Pesca	573		
Industria	146	82	-44%
Construcción	208	102	-51%
Servicios	471	952	102%
Población total	5477	4734	-13%

Fuente: IGE. Elaboración propia.

A falta de unos datos más precisos, que refleje el personal vinculado a cada embarcación de la cofradía, se exponen los datos (Gráfico 6) de la evolución de la cantidad de barcos vinculados a este organismo. En palabras de la propia cofradía *“El principio del declive se notó en la mengua de embarcaciones más grandes, que fueron sustituidas por las pequeñas. No obstante, con el paso del tiempo estas también han sucumbido al declive”*.

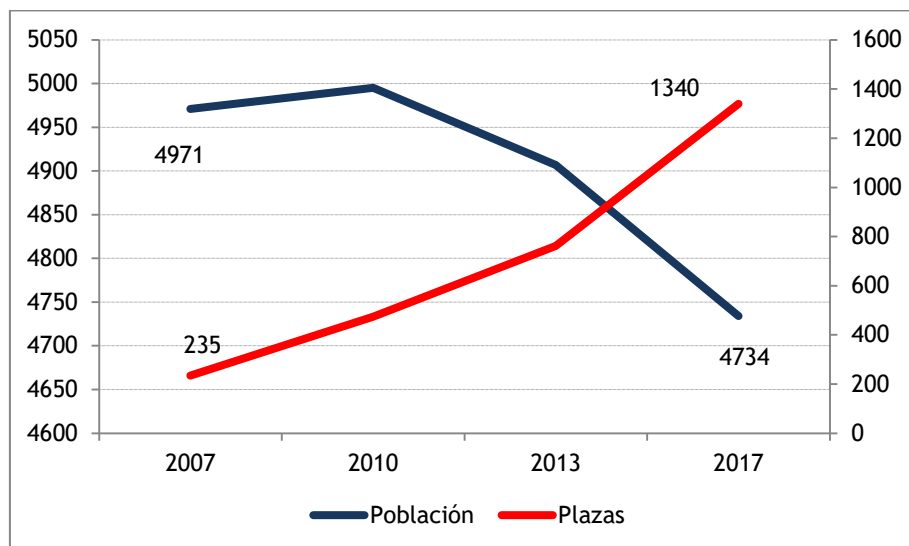
Gráfico 6: Número de embarcaciones vinculadas a la Cofradía de Fisterra (2002-2018).



Fuente: Cofradía de Pescadores de Fisterra. Elaboración propia.

En un contexto global recesivo, tanto poblacional como en la actividad pesquera (pilar histórico de la economía de Fisterra), en los últimos años y en relación directa con el éxito del Camino de Santiago¹⁴, la oferta alojativa en Fisterra no ha dejado de aumentar (Grafico 7).

Gráfico 7: Evolución demográfica y alojativa del municipio de Fisterra (2007-2017)



Fuente: IGE. Elaboración propia.

Para confirmar, esta especialización turística de Fisterra indicar que, si atendemos al número de afiliados por localización del centro de cotización, la hostelería es el primer sector de actividad con casi el 30% de los afiliados totales y a gran distancia de lo que acontece en el resto de municipios de su comarca (Cuadro 9), donde el Comercio y el sector primario se reparte ese papel principal. En vista de la realidad de Fisterra

¹⁴ La relevancia del Camino de Santiago en la evolución reciente de la oferta alojativa de Fisterra se traduce en que mientras en 2013 por cada plaza en albergues turísticos Fisterra contaba con tres plazas en hoteles, en 2019, por cada plaza en albergues hay una plaza en hoteles.

y teniendo en cuenta los datos publicados se podría afirmar que el sector servicios, capitaneado por la actividad turística, se proyecta como el claro sustituto, del sector pesquero, como el principal motor económico del municipio. Este fenómeno no es nada novedoso, ya que la tercerización de los espacios rurales gallegos es un suceso muy común, pero si es una novedad, la intensidad del cambio desde el año 2013.

Cuadro 10: Principal sector de actividad por número de afiliados 2018

MUNICIPIO	SECTOR DE ACTIVIDAD	PESO EN TOTAL
CEE	COMERCIO	21,7%
CORCUBION	COMERCIO	18,1%
DUMBRÍA	AGRICULTURA, GANDARÍA, SILVICULTURA Y PESCA	24,8%
FISTERRA	HOSTELERIA	29,4%
MUXIA	AGRICULTURA, GANDARÍA, SILVICULTURA Y PESCA	35,6%

Fuente: IGE. Elaboración propia.

Para completar esta imagen del mercado laboral de Fisterra, es preciso matizar la situación actual a partir del cálculo de una serie de indicadores. La fecha de referencia es 2018 para permitir una comparación homogénea con el resto de municipios.

En primer lugar, destacar que a finales de 2018 el número de afiliados en establecimientos con sede en Fisterra a 31 de diciembre era de 888, y el número de parados registrados con residencia en Fisterra 353. Si utilizamos como indicador de las posibilidades de encontrar empleo la ratio paro registrado en relación al número de afiliados en el municipio, la situación en Fisterra no es buena, ya que esta ratio es igual a 0,40, o lo que es lo mismo por cada parado residente en Fisterra hay solo 2,5 afiliados en el municipio. Este valor es menos de la mitad de la ratio del conjunto de Galicia o España (5,9 afiliados por parado en ambos casos), lo que indica una primera

debilidad del mercado laboral de Fistera, su bajo nivel de empleo en alta laboral en relación al número de desempleados.

La ratio de contratos por parado registrado es también muy baja. Destaca sobre todo el bajo número de contratos a mayores de 45 años en relación al número de desempleados; y, por otro lado, que los contratos para los universitarios sean por parado registrado menores que para los que simplemente tienen la formación obligatoria (Cuadro 11). Es también llamativo la ratio para los menos de 25 años, pero debemos recordar que el paro registrado es muy restrictivo en relación a este colectivo, y exige no solo ser demandante de empleo sino también haber tenido un empleo anterior para poder considerarse parado registrado.

Cuadro 11: Indicadores Mercado de Trabajo Fistera 2018. Perfil de los contratos y del paro registrado

	CONTRATOS	PARO REGISTRADO	RATIO, CONTRATOS POR PARADO REGISTRADO
TOTAL	1.154	353	3,27
Sexo			
Hombre	477	134	3,56
Mujer	677	219	3,09
Tramo de edad			
<25	184	15	12,27
25-45	654	159	4,11
>45	316	179	1,77
Nivel Formativo			
Estudios primarios/No acreditado	450	155	2,90
Educación secundaria obligatoria	391	93	4,20
Bachillerato y equivalentes	84	24	3,50
FP Grado medio	97	30	3,23
FP Grado superior	73	33	2,21
Universitario	58	18	3,22
Indeterminado	1	0	

Fuente: IGE. Elaboración propia.

En segundo lugar, el mercado de trabajo de Fisterra no tiene capacidad para ofrecer empleo a su población, aunque el porcentaje de empleados residentes en el municipio que trabajan en el mismo es similar a la media gallega (Cuadro 12). Un indicador relevante tanto desde el punto de vista económico como de cohesión social es el grado de autocontención laboral. Es decir, la capacidad de un territorio para fijar laboralmente a su población. Se define como la población ocupada de un municipio con empleo en el mismo municipio y que en el caso de Fisterra es del 41,5% en 2018. Se calcula relacionando los trabajadores que están empleados en el municipio en el que residen con el número total de trabajadores que residen en ese municipio (y que pueden o no trabajar en él). Este indicador informa sobre los patrones de movilidad de la población. Cuanto menores son los puestos de trabajo del municipio en relación con los ocupados en el municipio, mayor es su movilidad obligatoria.¹⁵ También muestra la relación de dependencia económica de un territorio con su área adyacente, ya que refleja los patrones de movilidad laboral, es decir, si para trabajar hay que salir del municipio o viceversa si el municipio es un polo de actividad. Suponiendo que reducir el tiempo de desplazamiento diario es positivo, este indicador también tiene una relación directa con la calidad de vida en el municipio. Un indicador relacionado es el índice de autosuficiencia laboral, que muestra la relación entre los trabajadores que trabajan en empresas de un territorio con la población residente (ocupada) en el mismo territorio, ya sea en este o en otro lugar. En Fisterra los puestos de trabajo existentes permitirían trabajar al 70,5% de los afiliados actuales. Es decir, aunque todos los puestos de trabajo de Fisterra se ocuparan por

¹⁵ Solo en 10 municipios gallegos el número de trabajadores que residen en el propio municipio que trabajan supera el 50%. Son las grandes áreas urbanas, mas Lalin, o Grove y Sarria.

población residente, casi un 30% de los afiliados actuales tendrían que seguir desplazándose a otros municipios para encontrar empleo, es decir Fisterra tiene una elevada dependencia laboral de los municipios vecinos, pero menor que Corcubión o Dumbría. En la Comarca solo Cee está cerca de la autosuficiencia de empleo.¹⁶

Cuadro 12: Indicadores laborales

	Autocontención laboral	Autosuficiencia en empleo
Galicia	42,3	101,5
Cee	42,5	95,6
Corcubión	16,2	56,3
Dumbría	15,8	56,2
Fisterra	41,5	70,5
Muxia	27,7	73,2

Fuente: IGE. Elaboración propia.

En tercer lugar, en relación a la dinámica del mercado laboral, es importante mostrar la dependencia del sector turístico que se traduce en que las tres principales ocupaciones contratadas (Cuadro 13) en el municipio tienen relación con la actividad de restauración y también la ocupación más demanda por los parados registrados (Cuadro 14). Al analizar ambos cuadros podemos concluir que, tanto desde la oferta como desde la demanda de trabajo, el mercado laboral se caracteriza por ocupaciones de baja cualificación vinculadas a la actividad turística y a la pesca. Un dato adicional es la segregación por género. Mientras las ocupaciones contratadas vinculadas a la pesca

¹⁶ Santiago de Compostela es el principal tractor de empleo de Galicia en términos relativos. Los puestos de trabajo que existen en el municipio darían empleo a un 70% mas de los trabajadores residentes en el municipio.

son exclusivamente masculinas, las vinculadas a la limpieza son exclusivamente femeninas. Por último, la rotación en las contrataciones vinculadas a la actividad turística es muy superior al resto de actividades. Por ejemplo, cada ayudante de cocina ha firmado de media 2,13 contratos en 2018, mientras que los marineros de puente, 1,05. Por lo tanto, el cambio de actividad primaria pesquera a actividad turística tiene importantes repercusiones sobre la estacionalidad-temporalidad (y, por tanto, seguridad) en el empleo.

Cuadro 13: Ocupaciones más contratadas

	Total contratos	Índice de rotación	Tasa hombres
Camareros asalariados	403	1,83	47,89
Ayudantes de cocina	145	2,13	8,28
Cocineros asalariados	87	1,58	27,59
Vendedores en tiendas y almacenes	74	1,45	20,27
Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares	73	1,22	0
Pescadores de aguas costeras y aguas dulces	45	1,32	100
Peones de la pesca	39	1,3	100
Recepcionistas de hoteles	26	1,13	34,62
Barrenderos y afines	26	1,04	53,85
Marineros de puente, marineros de máquinas y afines	20	1,05	100

Cuadro 14: Ocupaciones mas demandadas por los parados registrados

	Total solicitudes	Tasa hombres
Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares	167	11,38
Peones de obras públicas	126	42,06
Recogedores de residuos	117	31,62
Vendedores en tiendas y almacenes	105	9,52
Peones forestales y de la caza	86	34,88
Camareros asalariados	65	23,08
Ayudantes de cocina	51	11,76
Cocineros asalariados	31	22,58
Peones de la construcción de edificios	31	77,42
Cajeros y taquilleros (excepto bancos)	29	3,45

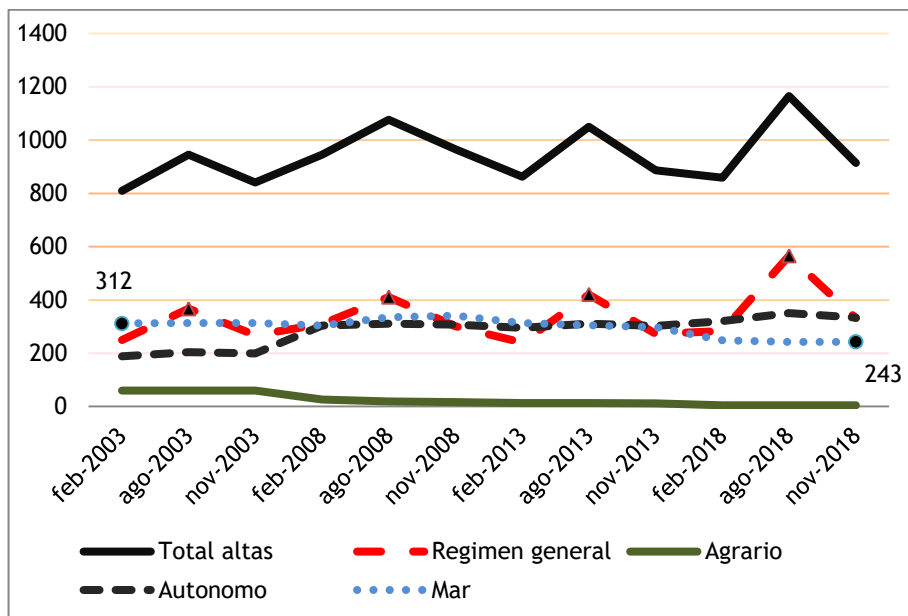
Fuentes: Sistema de Información de los Servicios Públicos de Empleo (SISPE) y Tesorería Gral de la Seguridad Social.

Cada demandante parado puede solicitar hasta un máximo de seis ocupaciones.

Estacionalidad del empleo

Una de las discordancias entre el sector pesquero y el sector servicios es una notable estacionalidad del último. En el caso físterrano (Grafico 8) se puede observar que la marcada estacionalidad de la totalidad de las altas en el Sistema de Seguridad Social está fuertemente condicionada por el régimen general, representado en su mayoría por el sector servicios. En cambio, el sector primario (agricultura y pesca) muestra un comportamiento totalmente estable todos los meses del año sin una influencia estacional visible.

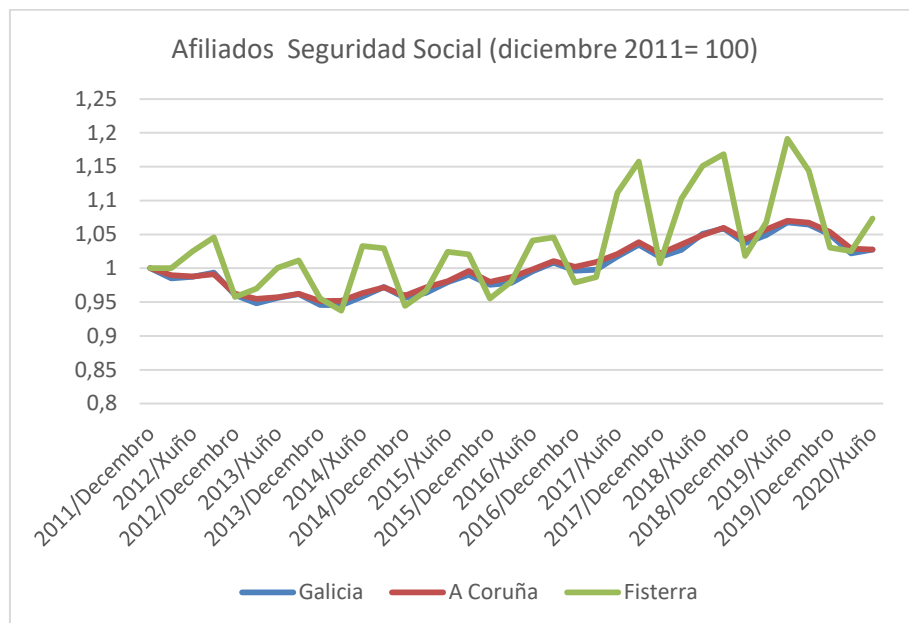
Gráfico 8: Altas en Seg. Social según régimen escogido (2003-2018)



Fuente: IGE. Elaboración propia.

Para visualizar de una forma clara, lo que supone para el mercado laboral local una especialización en el turismo de sol y playa, se puede observar la notable estacionalidad del empleo en Fisterra comparado con su marco provincial y autonómico. Curiosamente, el desarrollo del sector no está eliminando la estacionalidad sino incrementado su intensidad y las diferencias entre temporadas son cada vez más pronunciadas. Autores como Duro & Farré (2015) enfatizan en que la estacionalidad proporciona importantes desequilibrios a la estructura laboral de un municipio turístico, como también en la eficiencia económica del destino. Por su parte Román (2011) añade que los gastos (ocasionados por la estacionalidad) soportados por los servicios públicos no reciben un “feed back” compensatorio debido al carácter irregular de los servicios proporcionados.

Gráfico 9: Dinámica comparada de la afiliación, Galicia, A Coruña y Fistera



Fuente: IGE. Elaboración propia.

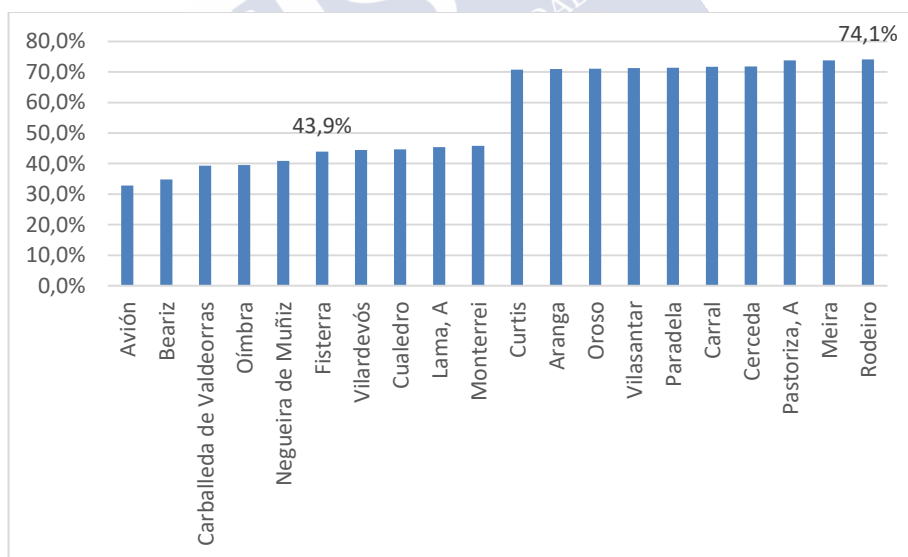
Evolución de la tasa de empleo

Las estadísticas sobre el mercado laboral son fundamentales en muchas políticas de la Unión Europea desde la introducción de un capítulo sobre empleo en el Tratado de Ámsterdam, en 1997. La tasa de empleo, es decir, la relación entre la población en edad de trabajar y la población ocupada, se considera un indicador social clave a la hora de estudiar la evolución del mercado laboral, superando como indicador a la tasa de paro por múltiples aspectos. No obstante, la tasa de paro sigue siendo el indicador más mediático, aunque los objetivos de la Unión Europea se definan en función de la tasa de empleo.¹⁷

¹⁷ En 2010, el Consejo Europeo adoptó la Estrategia Europa 2020, que hacía hincapié en el refuerzo de la economía de la UE y en la preparación para los retos de la próxima década. Uno de los principales objetivos de esta estrategia a escala

Dado que no existen datos de población ocupada a nivel municipal (la Encuesta de Población Activa no tiene representatividad a ese nivel administrativo), una posible solución es aproximar este colectivo a partir del dato de afiliados a la Seguridad Social y a las Mutualidades. Calculando el dato de ocupación a partir de la afiliación obtenemos una tasa de empleo afiliado (al dividir la ocupación afiliada entre la población entre 20 y 64 años) que puede ser usado como indicador de la buena salud del mercado local (estima el porcentaje de población potencialmente activa que está trabajando). Realizado este cálculo para el conjunto de los municipios de Galicia, los resultados de los 10 municipios con mayores y menores tasas de empleo se presentan en el grafico 12.

Gráfico 10: Cociente Afiliados entre Poboación potencialmente activa (20-64).
Año 2018



Fonte: Elaboración Propia a partir IGE. Consellería de Economía, Emprego e Industria.

de la UE es elevar, para el año 2020, la tasa de empleo de la población de entre 20 y 64 años hasta al menos un 75 %.

Fisterra es el sexto municipio con menor tasa de empleo afiliado (43,9%), es decir solo están empleados aproximadamente el 44% de los potencialmente posibles. Llamar la atención sobre la elevada tasa de empleo de algunos municipios del interior rural, donde la actividad primaria sigue siendo dominante. En muchos de estos casos, la situación está también relacionada con el elevado grado de envejecimiento del municipio y la movilidad hacia las cabeceras comarcales u otros destinos en Galicia o el resto de España de aquellos jóvenes con dificultades de obtener un empleo en su localidad de residencia. Llegados a este punto, y dado que en Fisterra trabajan muchos menos porcentualmente que en otros municipios de Galicia, parece que esta situación podría ser un factor relevante para explicar porque el PIB per capita en Fisterra es tan bajo (el 55 del PIB per capita medio de Galicia). En cualquier caso, ningún municipio gallego ha alcanzado el objetivo diseñado para 2020, y solo algunos municipios rurales de interior están próximos al 75%.

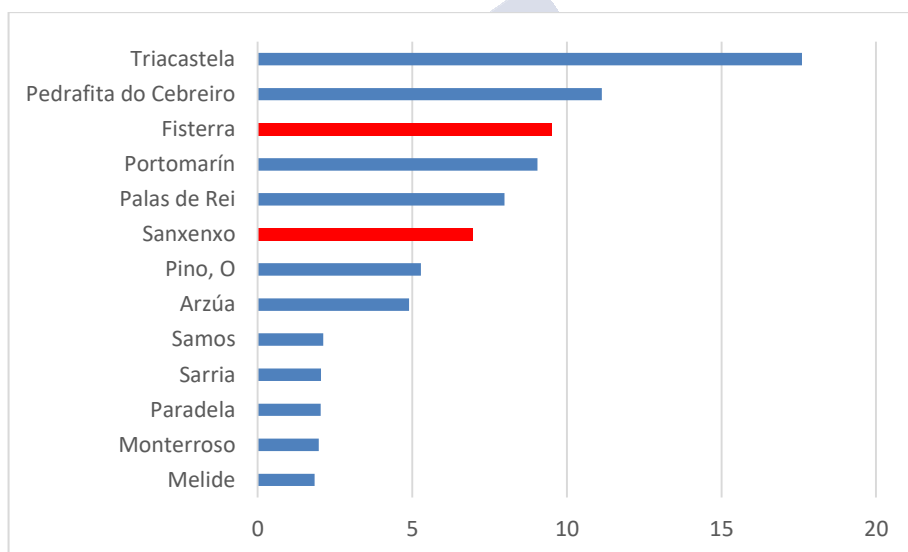
2.5. ESPECIALIZACIÓN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Actualmente, Fisterra sustentan la categoría de municipio turístico reconocido como tal por la Xunta de Galicia¹⁸. Para confirmar la elevada dependencia de Fisterra de la actividad turística, a continuación, se realiza una valoración de la especialización en

¹⁸ El Decreto 32/2015 en su artículo 5 enumera los requisitos que deben cumplir los municipios turísticos en Galicia: a) Que la media ponderada anual de población turística sea superior al 25% del número de vecinos b) Que el número de plazas de alojamiento turístico y de plazas de segunda residencia sea superior al 50% del número de vecinos y c) Que acredite contar, dentro de su territorio con algún recurso o servicio turístico susceptible de producir una atracción turística que genera una cantidad de visitantes cinco veces superior a su población, computada a lo largo de un año y repartida, como mínimo en más de treinta días.

Hostelería y Restauración¹⁹ a partir del análisis del número de empresas que actúan en cada economía de referencia. Utilizando la información disponible en el *Directorio de empresas e unidades locais* do Instituto Galego de Estatística.²⁰ En este caso, podemos utilizar una desagregación sectorial mayor, observándose como es en los servicios de Restauración donde la especialización de Fisterra es mayor y domina a municipios netamente turísticos como Sanxenxo y a todos los municipios del Camino Francés.

Gráfico 11: Especialización en servicios de alojamiento (datos de empresas)

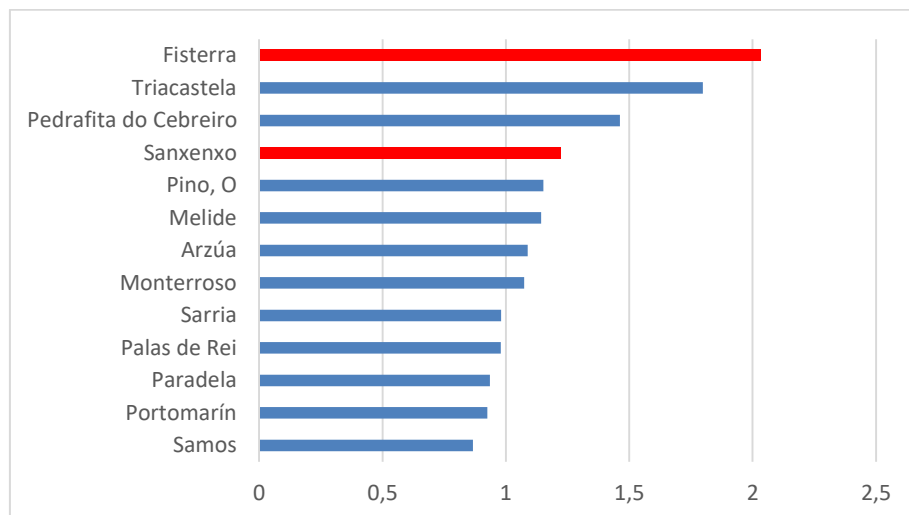


Fonte: Elaboración propia a partir IGE. Explotación do directorio de empresas e unidades locais

¹⁹ Esta es la rama mas directamente relacionada con la actividad turística, aunque por supuesto no es la única actividad afectada)

²⁰ Incluimos a Sanxenxo y los municipios del Camino Francés en los gráficos para poder tener un punto de referencia, por todos conocido, que permite valorar la intensidad de la especialización de Fisterra.

Gráfico 12: Especialización en Servicios de comidas e bebidas (datos de empresas)



Fonte: Elaboración propia a partir IGE. Explotación do directorio de empresas e unidades locais

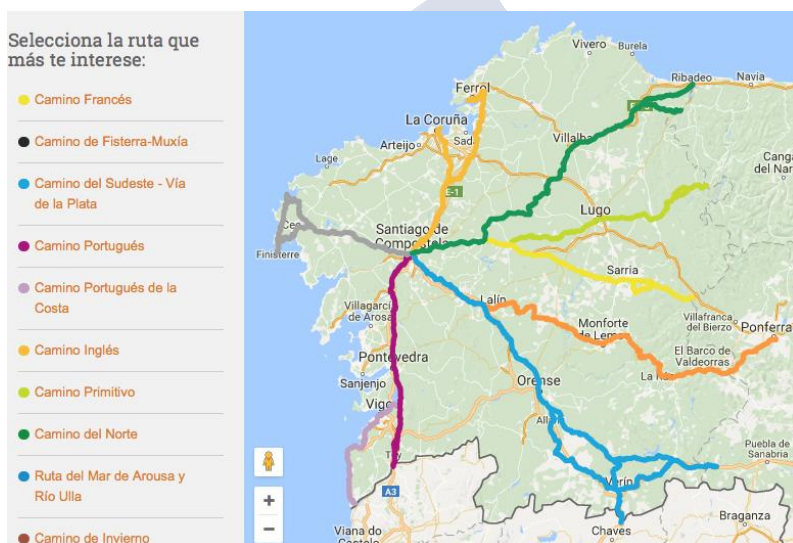
2.6. FISTERRA Y EL CAMINO DE SANTIAGO

Uno de los aspectos más arraigados y significativos de la cultura fisterrá es su histórico papel como la “Meca” de peregrinaciones. Ya desde el siglo II Fisterra se proyectaba como un lugar de culto con una simbología propia vinculada a la celebración de varias ceremonias paganas como la de Ara Solis (Culto al sol) o relacionados con la Vía Lactea (Alonso, 2009). En el siglo XI con la aparición de la ruta jacobea, muchos peregrinos, tras rendir su culto al apóstol, prolongaban su viaje hasta Fisterra para visitar los santuarios de Santa María das Areas y A Nosa Señora da Barca en Muxia (Alonso, 2009; Mourón, 2009). A pesar de estas tendencias, en la Edad Media, Fisterra era un pequeño pueblo pesquero (Mourón, 2009), con una actividad litúrgica muy pobre, al no contar con ornamentos necesarios (Barreiro, 1998).

Ya en la época actual y con el aumento de usuarios del Camino de Santiago, Fisterra sigue siendo un importante núcleo de atracción

de los feligreses. No obstante, hasta el día de hoy la iglesia católica no reconoce el itinerario de Santiago a Fisterra, ya que lo considera una práctica ajena al culto jacobeo (Herrero, 2008, 2009). Un estudio de Parga-Dans (2012) muestra que la ruta Fisterra-Muxia a pesar de no estar reconocida por la Oficina del Peregrino, es el segundo tramo más visitado después del francés, debido a que casi un 30% de los peregrinos continúan su trayecto tras su paso por Santiago de Compostela, porcentaje que también se confirma en el trabajo de Fernández y Riveiro (2018).²¹

Mapa 4: Los Camiños a Santiago de Compostela



Fonte: <http://www.caminodesantiago.gal/es/durante-el-camino>.

²¹ El itinerario reconocido, Muxia-Fisterra/Santiago fue recorrido en 2019 por 1.548 peregrinos, un volumen muy reducido en relación a los peregrinos que realizan el recorrido en sentido inverso y que podría haber sobrepasado en 2019 los 100.000 peregrinos. De hecho, ese año se entregaron 25.347 Fisterranas (documento que acredita que han hecho la ruta Santiago-Fisterra cumpliendo unas determinadas condiciones), una credencial poco conocida que puede obtenerse al realizar el camino de Santiago de Compostela a Fisterra. Ambas cifras son coherentes, dado que muchos peregrinos que llegan a Fisterra no pasan por el albergue, no recogen la acreditación o no cumplen las condiciones para obtener la credencial.

2.7. RESUMEN Y CONCLUSIONES

El área de estudio, comprendido por el municipio gallego de Fisterra, se caracteriza como un espacio rural influenciado por el continuo declive demográfico y una visible transición del mercado laboral. El descenso poblacional se ve agravado por el constante envejecimiento de la población y a su vez de disminución de habitantes en edad de trabajar.

Por otro lado, la continua transformación del mercado laboral está marcada por varios factores. En primer lugar, cabe subrayar la visible terciarización al que está sucumbiendo el espacio. Este cambio está justificado por una continua pérdida de cuota de mercado por parte de la actividad pesquera (pilar histórico de la economía de Fisterra) que ha propiciado una dicotomía sectorial. La eclosión de la actividad turística ha originado la desviación y la absorción de la mano de obra hacia otros subsectores económicos arraigados al tercer sector. A la postre, la desegregación sectorial muestra una alta dependencia de la actividad turística, marcada por una fuerte especialización en Hostelería y Restauración, donde la rotación interempresarial (del capital humano) muestra unos índices preocupantemente altos. Todos estos cambios han originado un rediseño del mercado laboral actual, que se caracteriza por una marcada debilidad basada en el aumento de puestos de baja cualificación y una notable estacionalidad laboral.

La emergente actividad turística es fruto de desarrollo de varios recursos culturales que han sabido estructurar un producto turístico consolidado. En el caso del Camino de Santiago, se está ante el foco de atracción más relevante del área del estudio, ya que es el principal responsable de una notable parte de la demanda turística local. La completa fotografía sobre el modelo turístico fisterrán se mostrará en los siguientes capítulos.

CAPÍTULO 3: EL DESARROLLO TURISTICO DE UN DESTINO EMERGENTE: CARACTERIZACIÓN Y DINAMICA DE LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL

3.1. INTRODUCCIÓN

El sector turístico siempre ha presentado dificultades a la hora de calcular sus impactos en términos de desarrollo, debido principalmente a su carácter multifactorial. A pesar de todo, cualquier destino turístico en sí, constituye un sistema, y un sistema es complejo, ya que está condicionado por unas decisiones canalizadas a crear un determinado resultado, que casi siempre acaba produciendo efectos no planificados o no previstos (Urry, 2011). Obviamente, el planteamiento del desarrollo tiene un carácter singular en cada territorio, debido a la multiplicidad de los recursos humanos, las prioridades económicas, las políticas de desarrollo locales y un largo etc. (Vázquez-Barquero, 2009). Muchas voces de la comunidad científica (Crouch & Ritchie, 1999; Valeri & Fadlon, 2018) coinciden en que la estimación de los impactos de un destino turístico está íntimamente relacionada con la competitividad de este. No obstante, a su vez el término “competitividad” carece de una definición consensuada tanto desde el enfoque empírico, como desde el político. Copeland (1991) y Wagner (1997) afirman que la competitividad turística pasa por la creación de una seguridad económica capaz de cubrir no solo las necesidades sociales e infraestructurales del municipio, sino mantener intactos los recursos naturales y paisajísticos cuyos valores de producción rara vez se incluyen en la elaboración de

un producto turístico. A su vez Rodríguez & Guisado (2003) añaden que la competitividad turística reside en la capacidad de crear un gasto turístico (por parte de las empresas locales) capaz de cubrir los costes de desarrollo de la actividad y los capitales invertidos.

Dicho esto, estamos ante una paradoja donde confluyen dos elementos: la administración local y la empresa privada. En palabras de Valeri & Fadlon (2018) ambos agentes forman el pilar principal dentro de la gobernanza de un destino turístico, lo que implica una serie de acciones, decisiones y directrices, habiendo o sin haber sinergias previas por parte de ambas partes. Butler (1980) advierte que, si en las primeras fases de desarrollo las estrategias públicas no llegan a ser las adecuadas, se corre el riesgo de disminuir la participación de la población local y perder la mayor parte del control de la actividad turística en el área. En cambio, la empresa funciona de una manera simbiótica (Koh, 2006) principalmente con la demanda turística, lo que la convierte en un agente coevolutivo sin otras necesidades que los recursos locales. Si una empresa o un conjunto de ellas no está delimitada por los planes de desarrollo de una administración local, entonces buscara su propia competitividad a largo plazo, convirtiéndose en la fachada del modelo turístico local (Valeri & Fadlon, 2018). Dicho escenario dejaría al gobierno local en una posición más débil y con menos influencias sobre el desarrollo de la actividad (Butler, 1996), lo que le privaría de herramientas de control a la hora de garantizar que la economía local logre todos los beneficios potenciales de la actividad turística (Copeland, 1991).

El incremento de visitantes, en destinos emergentes, genera impactos económicos, socioculturales y ambientales para las sociedades de acogida que deben ser considerados para la planificación y gestión sostenible del destino. Conocer la percepción

de los residentes y sobre todo de aquellos más directamente afectados (empresariado local) ofrece información relevante para explorar los potenciales beneficios del desarrollo de la actividad turística y también de los desajustes que esta puede provocar. En la mayoría de los casos se sobreentiende una reacción favorable, siempre y cuando los beneficios del sector para el conjunto de agentes sean percibidos como favorables, es decir que los beneficios en términos de renta, actividad y empleo superen a los costes. Pero, además, conocer cuál es la percepción de todos los empresarios sobre el impacto de la actividad turística en su localidad y su grado de concordancia con las cifras oficiales, permite entender si se están contabilizando bien sus costos y sus beneficios.

El objetivo de este capítulo es analizar la percepción del impacto del sector turístico en el desarrollo de Fisterra en función de las prioridades económicas y políticas (de corto y largo plazo) del municipio desde la óptica de empresas locales de diferentes actividades económicas. Del análisis realizado, podemos concluir que los empresarios tienen una percepción poco positiva de los beneficios del turismo en el desarrollo de Fisterra, a pesar de que la mayoría de ellos coincide en que favorece el empleo, favorece las sinergias en la comarca y que contribuye a mejorar los servicios de hostelería y restauración. Este resultado incide en la posibilidad de estar infravalorando los costes de la actividad turística y sobre todo su relación con la actividad pesquera que sigue manteniéndose como la alternativa de empleo para muchos de los residentes en Fisterra.

3.2. EVALUAR EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA A PARTIR DEL COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

El análisis o la estimación de los impactos turísticos sobre un territorio concreto no es una tarea sencilla debido a la multitud de factores y los diferentes tipos de impactos. Wong en Lew et al. (2004) en su trabajo separa entre los impactos no lineales (que tienen un impacto más cortoplacista e inmediato) y los lineales o acumulativos (con un efecto acumulador más lento, pero mucho más devastador a largo plazo). El mismo autor añade que cada impacto está sujeto a cada lugar y cada espacio temporal, dándole un perfil más asimétrico. Desde un enfoque práctico, los impactos nacen de las acciones e iniciativas desarrolladas de la mano de los agentes público-privados, principales responsables de la implementación de mejoras canalizadas a través del turismo (Blancas et al., 2011). Si se quiere implantar una serie de indicadores (a escala local) para estimar los impactos turísticos es importante realizar un enfoque global que proporcione un sistema de información inclusivo con todas las variables posibles (Vera et al., 2001).

Dicho lo anterior, se deduce que los principales impactos turísticos, que estructuran los niveles de competitividad de un territorio, están canalizados tanto a través de las empresas turísticas como a través del resto de las empresas locales. Weaver en (Lew et al., 2004) y Valdés, Aza, & Baños (2010) coinciden en que para una estimación más precisa de los impactos, a fin de evaluar el crecimiento de la actividad, es importante disponer de unos mecanismos de evaluación continua (siempre separando cada variable). Para ello se hace necesaria la disposición de unos instrumentos estadísticos y de análisis económico, con la finalidad de valorar los ritmos de generación de riqueza del municipio. Teniendo en cuenta que no existe una capacidad de comprensión válida para

definir el término “calidad de vida” (Crouch & Ritchie, 1999) y que en la mayoría de las veces los datos estadísticos locales son moderados o nulos, la visualización y la interpretación de los impactos turísticos es más laboriosa. Obviamente, existen ciertas variables (como el demográfico) cuyos datos ofrecen una visión más directa sobre los impactos de la actividad. Callizo (1991) propone dos ejemplos muy claros (Saint Martin de Belleville en Francia y Aisa / Jaca en España) donde el sector turístico, siendo el motor de desarrollo, ha originado una regresión demográfica espectacular acompañada de un aumento en el índice de natalidad. Sin embargo, estamos ante dos casos muy puntuales.

A falta de datos estadísticos y unos procesos de evaluación por parte de la administración local, las principales vías de información pertenecen al grupo de empresas que operan en el territorio (Markantoni et al., 2012). De esta manera, la suma de resultados, producidos tanto por las empresas turísticas como el resto de las empresas locales, son los principales indicadores que construyen el discurso sobre la competitividad del sector a nivel local (Markantoni et al., 2012; Valeri & Fadlon, 2018). Cabe destacar que dicho enfoque tiene una inclinación principalmente económica, que nos obliga a aceptar la conceptualización de desarrollo como un crecimiento cuantificable (Coffey & Polèse, 1984), sin embargo estamos ante unos indicadores que son prioritarios para la comunidad local a la hora de valorar los pros o contras de la actividad turística (Lima De Moraes et al., 2014; Sharpley, 2014; Vargas et al., 2007). Otro de los indicadores, a priori no relacionado con los resultados individuales, es el grado de sinergias y cooperación trazado entre las empresas del municipio. A mas cooperación intersectorial más capacidad de innovación, y por lo tanto más diversificación empresarial y mejora

del mercado laboral (Besteiro, 2006; Valeri & Fadlon, 2018; Villarino, Uña, et al., 2009).

La importancia de la cooperación viene dada por varias razones. En primer lugar, una amplia gama de estudios confirma que muchas empresas pequeñas de carácter familiar arrastran cierta marginalidad económica (Shaw en (Lew et al., 2004)) lo que vuelve frágil su respuesta al desarrollo local. Sobre este punto (Koh, 2006) añade que los propietarios de esta clase de empresas perciben el negocio como una parte de su personalidad íntimamente vinculada a los deseos de la familia y no a unas metas globales estructuradas desde el territorio. Ray et al. (1999) y Crouch & Ritchie (1999) resumen que el éxito de un destino reside en: una eficaz comunicación entre las empresas y agentes vinculados, un equilibrio entre las ventajas comparativas y competitivas, la elaboración de una herramienta de información o un mecanismo de investigación capaz de mostrar el estado y el posterior impacto de los recursos explotados.

La competitividad del destino consiste en la suma de valores de competitividad de todas las empresas implicadas en el desarrollo turístico del municipio (Rodríguez & Guisado, 2003). Dicho lo anterior, los principales impactos originados por el sector turístico están condicionados por la organización interna del territorio (Pardellas de Blas & Padín, 2014), donde el sector privado es el máximo responsable de la obtención de beneficios económicos, mientras el sector público vela por la sostenibilidad del patrimonio cultural del municipio (Porcal, 2003; Porcal et al., 2012).

3.3. UNA DESCRIPCIÓN BREVE DE LA OFERTA TURÍSTICA EN FISTERRA EN RELACIÓN AL GEODESTINO COSTA DA MORTE

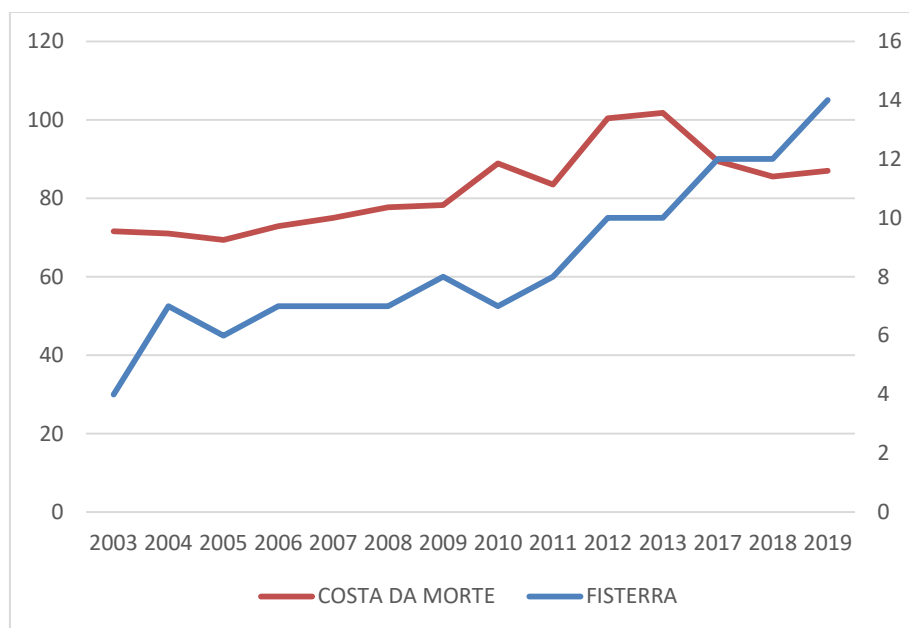
Antes de profundizar en los datos a nivel local es importante destacar algunos aspectos del geodestino²² (al que pertenece el municipio de Fisterra), a fin de tener una imagen más clara sobre las dinámicas turísticas que se desarrollan en los municipios adyacentes. De la misma manera que en muchos espacios del rural gallego Costa Da Morte está atravesando por un proceso de tercerización de su economía. Hasta ahora el sector pesquero fue el principal protagonista en las dinámicas de desarrollo local, no obstante, estamos siendo testigos de un progresivo desarrollo de la actividad turística. La catástrofe del Prestige (en el 2002), suceso que puso en el mapa a un área hasta ahora más bien desconocida, junto a la continua promoción de la ruta Jacobea han sido los principales embajadores del territorio en los últimos 15 años.

A pesar de que se ha observado cierta euforia marcada por el crecimiento de la planta alojativa del geodestino (Grafico 13) dicho crecimiento no comparte el mismo comportamiento que recoge el municipio de Fisterra. Este hecho permite afirmar que el municipio de estudio marca unas dinámicas propias, al menos en el aspecto de crecimiento de la planta alojativa, mucho mas dinámica e intensa, incluso cuando solo tenemos en cuenta la evolución de los establecimientos hoteleros. El crecimiento de la oferta turística en Fisterra se ha debido en mayor parte al potencial de los recursos naturales y patrimoniales ubicados en la zona. No obstante, el

²² El geodestino Costa da Morte abarca los ayuntamientos de Cabana de Bergantiños, Camariñas, Carballo, Carnota, Cee, Coristanco, Corcubión, Dumbría, Fisterra, A Laracha, Laxe, Malpica de Bergantiños, Mazaricos, Muxía, Ponteceso, Vimianzo y Zas.

potencial en si no puede significar un uso eficaz de los recursos que mejore la competitividad del destino (Crouch & Ritchie, 1999).

Gráfico 13: Evolución de establecimientos hoteleros (promedio anual) en Costa da Morte (2003-2018).

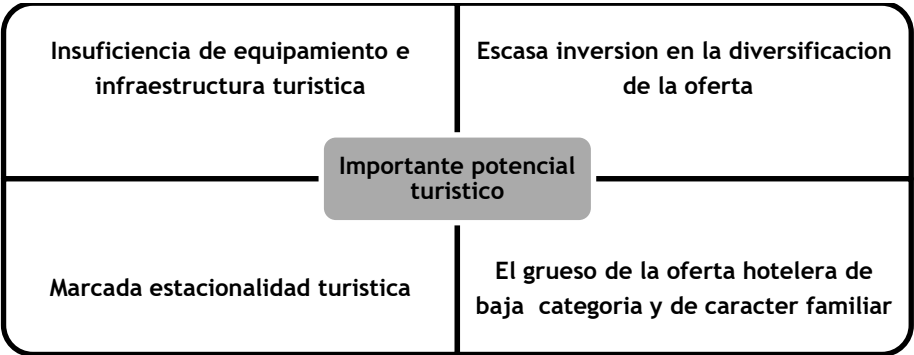


Fuente: IGE. Elaboración propia.

En la Figura 3 se resumen las principales características vinculadas a la actividad turística en el geodestino Costa da Morte. Los puntos mencionados ayudan a entender la estructura del modelo turístico del geodestino. La escasa inversión en la mejora de la infraestructura turística dificulta prolongar las estancias medias de los visitantes. Al mismo tiempo que la abundancia de alojamientos de baja categoría limitan el desarrollo de perfiles de la demanda que supongan una mejora en la calidad de los productos turísticos locales. Por último, la actual estacionalidad turística (condicionada por el

turista de sol y playa y también por la estacionalidad del Camino de Santiago) ralentiza la construcción de un mercado laboral lineal y sin altibajos temporales.

Figura 3: Principales características vinculadas a la actividad turística en Costa da Morte



Fuente: Elaboración propia a partir de (Besteiro, 2004)

A pesar de los continuos esfuerzos por parte de las políticas locales de aumentar el grado de ocupación y la estancia media, los datos (Cuadro 15) indican que su efectividad ha sido baja o nula. Y aunque la planta alojativa ha experimentado un importante incremento de capacidad, ésta no ha sido acompañada de una mejora en el grado de ocupación (que pone en duda la rentabilidad de la empresa), ni tampoco de una ampliación de la estancia media. Ulla & Pazos (2010) matizan que la problemática de la baja ocupación gallega se debe en parte al exceso de la oferta alojativa y unas políticas masivas de subvenciones para aumentar dicha oferta.

Cuadro 15: Grado de ocupación, estancia media y ratio plazas hoteleras por empleado vinculado (Costa da Morte)

	1991	2004	2009	2014	2018
Grado de ocupación hotelera anual	21,1%	24,5%	21,3%	20,3%	20,5%
Estancia media (noches)	2,0	2,1	2,3	1,9	1,5
Ratio plazas/empleado	14,1	13,9	13,3	12,6	10,6

Fuente: IGE/INE. Elaboración propia.

Uno de los indicadores que muestra una cierta mejora es el de número de plazas asignadas a cada empleado (indirectamente es un indicador de calidad de las plazas ofertadas, aunque a misma calidad, sería un indicador de “ineficiencia”, para la misma calidad necesito más trabajadores por plaza). En el caso de la Costa da Morte se observa una tendencia positiva que se acerca al dato regional (9 plazas por empleado), pero se ubica aún lejos del dato nacional (6,7 plazas por empleado). A estos indicadores habría que añadirles el dato que muestra una marcada estacionalidad turística dentro del geodestino (Cuadro 16).

Cuadro 16: Distribución proporcional de la demanda turística en Costa da Morte (1999-2017)

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1999	4%	4%	6%	7%	8%	8%	12%	16%	14%	10%	6%	5%
2009	4%	4%	5%	8%	8%	10%	14%	19%	11%	7%	5%	5%
2017	1%	2%	2%	7%	11%	11%	18%	18%	13%	9%	4%	2%

Fuente: IGE. Elaboración propia.

La combinación de una tasa de ocupación baja (que apenas alcanza un 20%) junto a una marcada estacionalidad estival son las principales características que marcan el modelo turístico en los

espacios rurales de España, que precisa de una urgente reorientación que permita aumentar la competitividad de los destinos (Pulido & Cárdenas, 2011). Las dinámicas turísticas de Costa da Morte no se desmarcan del modelo nacional ni en el marco de la estacionalidad turística ni tampoco en las tasas de ocupación anual. La importancia de los datos presentados nos permite entender no solo las dinámicas turísticas a nivel geodestino, sino también a las del municipio de estudio dado que no dispone de datos desagregados a nivel local, ni de tasa de ocupación ni de la distribución de la demanda turística. Indirectamente, si contamos con la información (ya comentada) sobre la evolución mensual de la afiliación a la Seguridad Social, lo que confirma el carácter estacional del empleo en el sector servicios en Fisterra reafirmando la relación entre actividad turística y dinámica actual del empleo a escala local.

3.4. LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL EN FISTERRA

En los apartados anteriores se ha mostrado la distribución sectorial del empleo en Fisterra, indicando las principales características del grueso del marco laboral local. El municipio no presume de grandes empresas en ninguno de los sectores dominantes (pesca y servicios). Según los datos estadísticos (Cuadro 17) la base de la estructura empresarial del municipio lo forman empresas pequeñas con una capacidad de contratación limitada. Los datos ofrecidos corroboran una vez más el protagonismo del sector servicios en el marco empresarial, precedido por el sector agro-pesquero. La elevada presencia de pequeña empresa dentro del sector servicios gallego no es ninguna sorpresa. Rodríguez & Guisado (2003) confirman que es un fenómeno problemático generalizado (en Galicia) donde normalmente el negocio está gestionado por los propietarios, cuyas decisiones se basan, principalmente, en la obtención de beneficios económicos a corto

plazo sin contar con una mentalidad empresarial clara. Martín & Martín (2014) añaden que el planteamiento post-fordista ha hecho de las pequeñas empresas un formato de negocio mas flexible y adaptable a los ritmos de la demanda actual, lo que le ofrece a su propietario más ventajas a la hora de reestructurar las dinámicas del negocio.

Cuadro 17. Estructura empresarial de Fisterra (número de empresas) por número de empleados (2017)

	Global	0-2	3-5	6-9	10-19	20-49	50-99
Agricultura y pesca	143 36%	120 84%	20 14%	3 2%	0	0	0
Industria	8 2%	8 100%	0	0	0	0	0
Construcción	28 7%	23 82%	3 11%	2 7%	0	0	0
Servicios	215 55%	188 87%	21 10%	3 1%	1 0,5%	1 0,5%	1 0,5%
Total	394 100%	339 86%	44 11%	8 2%	1 0,3%	1 0,3%	1 0,3%

Fuente: IGE. Elaboración propia.

En el caso de Fisterra el panorama está muy claro. Un 99% de las empresas locales no sobrepasan los 10 empleados, lo que en el marco europeo se determinaría como micro empresas. El sector servicios es el claro protagonista con un 55% del global de las empresas, ofreciendo una estructura principalmente formada por negocios que no superan los 2 empleados (un 87% en total). En el marco de servicios turísticos (alojamiento y restauración) el municipio acoge 73 empresas, que es lo mismo que un 34% de la totalidad de empresas del tercer sector. Llegados a este punto nos enfrentamos a un curioso dato, debido a que para 25 empresas registradas como

servicios de alojamiento (IGE, 2017) existen 45 establecimientos repartidos de la siguiente manera: 12 hoteles (366 plazas), 12 pensiones (193 plazas), 15 albergues (406 plazas), 1 turismo rural (8 plazas), 6 apartamentos turísticos (98 plazas). Dada esta situación se pueden sacar varias conclusiones. En primer lugar, Fisterra igual que el resto del geodestino (Besteiro, 2004) está apostando por un modelo de alojamiento de baja categoría, donde los albergues y las pensiones representan el 55% de toda la planta alojativa. En segundo lugar, se deduce la existencia de una multipropiedad empresarial al superar el número de establecimientos al número de empresas registradas. Para completar los datos de la oferta alojativa es precisa añadir una nueva clasificación de alojamiento, recientemente agregado a las estadísticas turísticas. Según el IGE (2018), Fisterra registra 91 viviendas de Uso Turístico que ofrecen un total de 269 plazas y cuyo régimen empresarial dista del alojamiento reglado, sino que se interpreta como un arrendamiento de corta duración a cambio de una contraprestación económica.²³ Y, por último, pero no menos importante, cabe destacar la presencia de una amplia oferta de plazas residenciales para el uso de segunda residencia. Según Vera (2006b) y Müller en (Lew et al., 2004) la opacidad fiscal de esta categoría crea un conflicto a la hora de controlar este tipo de alojamientos, como así mismo estimar los posibles impactos en el sistema turístico local y en el mercado laboral más inmediato.

²³ El incremento de plazas en este recurso alojativo está siendo muy importante. En enero de 2020, Fisterra cuenta con 206 viviendas de uso turístico que suman 1.025 plazas. Esto supone que Fisterra supere las 16 plazas en pisos de uso turístico por cada 100 residentes, muy por encima de las 6 plazas de Baiona o las 12 de O Grove, municipios de tradición turística contrastada.

3.5. ¿CUÁL ES EL COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA Y SU VALORACIÓN DEL MODELO DE DESARROLLO DE FISTERRA?

Siendo la actividad turística un campo complejo a todos los niveles, no existe una modalidad de investigación singular, sino estamos ante un conjunto de métodos alternativos (desde los experimentos y las encuestas hasta la observación participante y los estudios de caso) que permiten lograr los resultados deseados (Beeton en (Ritchie et al., 2005)).

Para obtener información sobre el comportamiento de la oferta en relación al modelo de desarrollo turístico de Fisterra se ha realizado una investigación a partir de un cuestionario, de la cual se puede extraer la información necesaria sobre qué desean y que necesitan los empresarios de Fisterra. Estamos ante un estudio descriptivo que recoge las opiniones de una muestra de empresarios de Fisterra.²⁴

3.5.1. *La opinión de los empresarios*

Tras un periodo prolongado, por parte del investigador, de observaciones presenciales de las dinámicas turísticas locales, se ha elaborado un cuestionario que recoge los tres pilares de la sostenibilidad:²⁵ económica, social y ambiental. Debido a una importante ausencia de datos vinculados al impacto del sector, la

²⁴ El estudio descriptivo, es un estudio formal que se basa en hipótesis y modelos que intentan describir la realidad de la mejor forma posible, sin cambiar el entorno, es decir, sin que haya manipulación.

²⁵ Vera & Baños (2010) proponen una cuantificación de los impactos desde el enfoque de la sostenibilidad. Dado que los principales indicadores de la sostenibilidad turística son fruto de los resultados originados por las empresas locales, el primer paso debe ser tener en cuenta el discurso de las mismas a fin de estructurar un panorama esclarecedor que permita analizar los impactos a nivel local y supramunicipal.

aportación de los indicadores recogidos permite definir un periodo temporal a partir del origen de la implantación de la actividad (Vera et al., 2001), lo que a su vez definirá mejor los impactos lineales propuestos por Wong en (Lew et al., 2004).

A continuación, se ofrece un guion (Cuadro 18) que estructura la encuesta final²⁶ encargada de recopilar la información primaria sobre la percepción percibida de los distintos impactos del modelo de desarrollo de Fisterra desde el punto de vista de la oferta.

Cuadro 18. Estructura de las dimensiones del impacto percibido

I. Percepción económica <ul style="list-style-type: none"> - Ingresos - Oportunidades laborales - Impactos en la producción local - Principal actividad económica - Evolución calidad de servicio 	II. Percepción socio-cultural <ul style="list-style-type: none"> - Colaboración visitante/residente - Seguridad ciudadana - Grado de sinergia empresarial
III. Percepción ambiental <ul style="list-style-type: none"> - Paisaje e imagen - Masificación turística - Infraestructuras básicas 	IV. Percepción global y de impactos supramunicipales <ul style="list-style-type: none"> - Grado de desarrollo turístico global - Evolución del bienestar individual - Beneficios supramunicipales

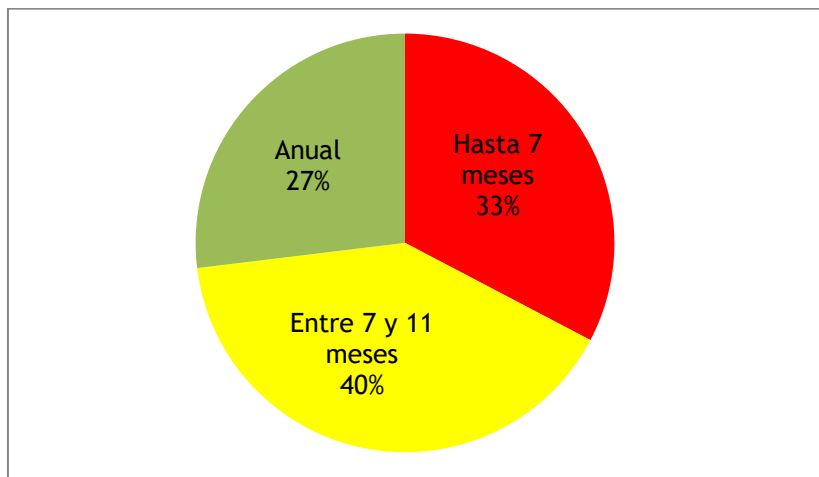
Fuente: Elaboración propia

De las 394 empresas ubicadas en el municipio se han realizado un total de 74 encuestas vinculadas a los diferentes sectores económicos²⁷ más directamente relacionados con la actividad turística.²⁸

²⁶ Puede consultarse el cuestionario en el Anexo II.

²⁷ En concreto el desglose por actividad es el siguiente: 1 empresa de la Industria, 1 empresa de la Construcción, 14 empresas de Comercio minorista, 1 del Sector

Gráfico 14: Distribución según meses de apertura de las empresas de restauración y hostelería de Fisterra



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Los primeros resultados han hecho confirmar las sospechas sobre una importante estacionalidad turística, ocasionada por los intervalos de apertura por parte de las empresas locales. Según los resultados (Gráfico 14) solo un 27% de las empresas turísticas locales

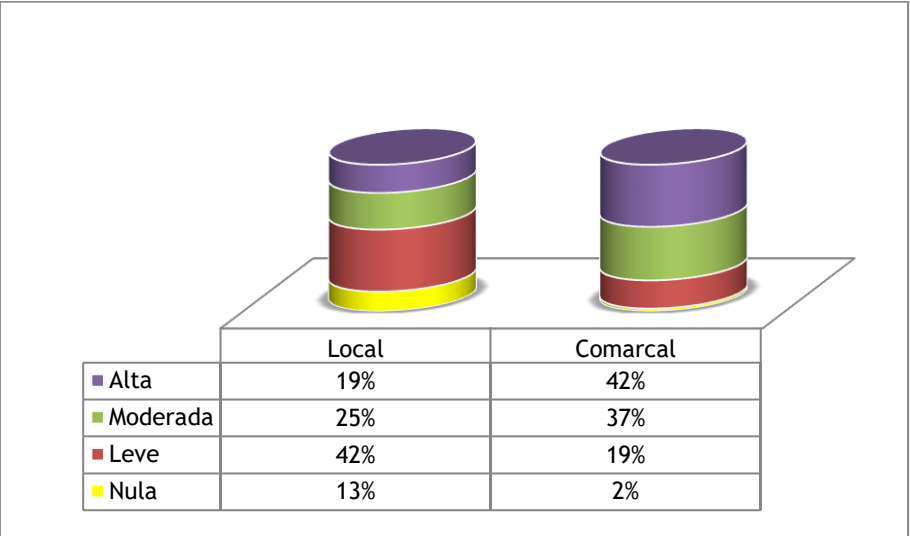
Inmobiliario, 28 de Servicios de Alojamiento, 14 Restaurantes, 10 Café-Bar y 5 empresas de Alimentación.

²⁸ El proceso de recogida de datos (mediante una encuesta presencial utilizando una Tablet) se ha realizado durante la época estival debido al carácter estacional de algunas empresas de la localidad. El proceso se ha desarrollado siguiendo una atmosfera confortable para el encuestado a fin de evitar las respuestas esporádicas y lograr unos resultados más precisos. Cabe subrayar, que la mayoría de los encuestados han sido previamente informados sobre el objetivo del estudio además de conocer al investigador. A pesar de la aparente sinceridad, por parte de los encuestados, se ha percibido cierta opacidad en algunas respuestas vinculadas a las condiciones de la contratación del personal. Durante el proceso se ha localizado un perfil de empresario a cargo de 2 o más empresas (en el mismo municipio), en la mayoría de los casos del mismo sector (aunque también hay excepciones). Un inconveniente añadido residió en la dificultad para localizar a los propietarios de las empresas. No obstante, no se ha observado en toda la muestra ningún caso de no respuesta.

tienen una apertura anual, lo que favorecería la creación de puestos de trabajo estables, sin interrupciones temporales. En el otro extremo, una tercera parte de los negocios tienen un comportamiento puramente estacional. Las respuestas al cuestionario aplicado muestran que esta categoría de empresas define su intervalo de apertura entre el mes de abril y octubre, fenómeno muy común en los destinos turísticos de la franja mediterránea. La categoría intermedia varía sus intervalos de apertura entre los 7 y 11 meses, donde los meses “sacrificados” son enero, febrero y buena parte del mes de marzo (dependiendo de Semana Santa). Visto esto, podemos asegurar que aproximadamente $\frac{3}{4}$ partes de los negocios turísticos locales no ofrecen servicios y por lo tanto desvinculan trabajadores de la plantilla en un intervalo de entre 2 y 5 meses.

A fin de analizar los impactos directos e indirectos de la actividad, se ha estimado el grado de dependencia de los proveedores locales y comarcales del empresariado de Fisterra. Para ello se ha preguntado a las empresas turísticas locales por sus principales fuentes de abastecimiento de todos los productos intermedios necesarios para un correcto funcionamiento del negocio. Los resultados (Grafico 15) muestran que el grupo de proveedores comarcales está siendo el principal suministrador de recursos (79% de las respuestas indican que su dependencia de los suministradores comarcales es entre moderado y alto), pero a su vez está siendo el principal beneficiado de la actividad turística local. Mientras los proveedores locales suman una cuota muy débil (un 44% entre moderado y alto), fruto de una escasa oferta empresarial que pueda suplir las necesidades de la empresa turística local.

Gráfico 15: Grado de dependencia de los proveedores locales y comarcales de las empresas turísticas de Fisterra

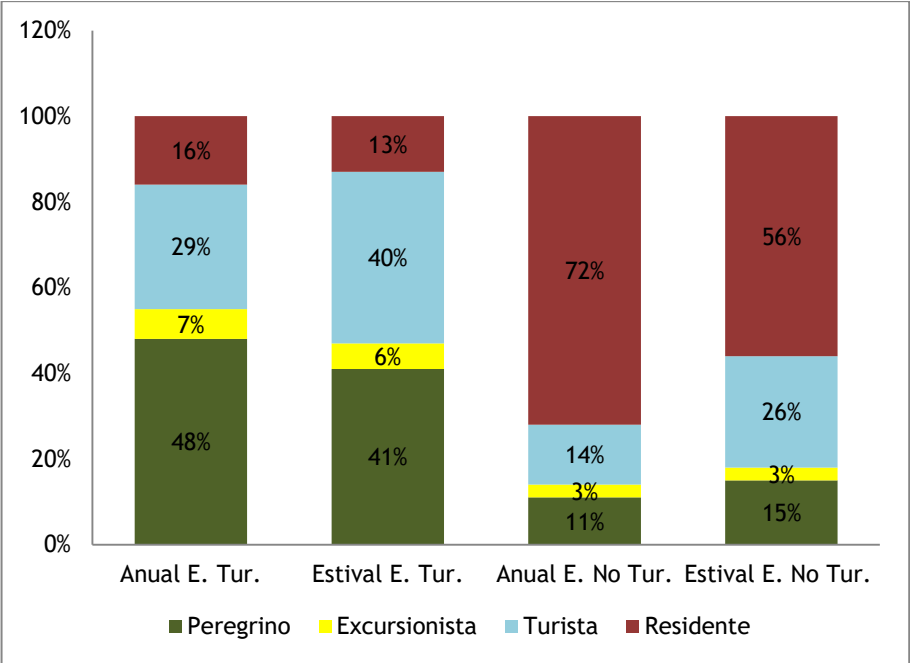


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Otro de los aspectos importantes, que nos muestran los resultados de la encuesta, es el peso del gasto turístico en la empresa local. Según los datos expuestos (Gráfico 16) la facturación anual de las empresas turísticas (restauración y alojamiento) está representada por el gasto mayoritariamente de los visitantes (un 84% sumando los perfiles de peregrinos, excursionistas y turistas). Este dato nos ayuda a entender mejor los intervalos de apertura temporal de dichas empresas condicionadas por la estacionalidad de la demanda. El peso del gasto de los residentes estimado a partir de las respuestas al cuestionario solo asciende a un 16%, lo que da a entender la existencia de una sobreoferta de servicios, que pretenden cubrir una necesidad extrarresidencial. Otro dato de interés es que casi la mitad de la facturación anual (48%) de las empresas turísticas está constituida por el gasto de los peregrinos, lo que subraya este perfil como el principal aportador económico de la industria. Durante la época estival la

situación es similar, a excepción de una mayor representación de gasto por parte de los turistas (un 40%) dentro del balance económico de las empresas turísticas.

Gráfico 16: Proporción de la facturación anual y estival según el perfil del consumidor (empresas turísticas y no turísticas).

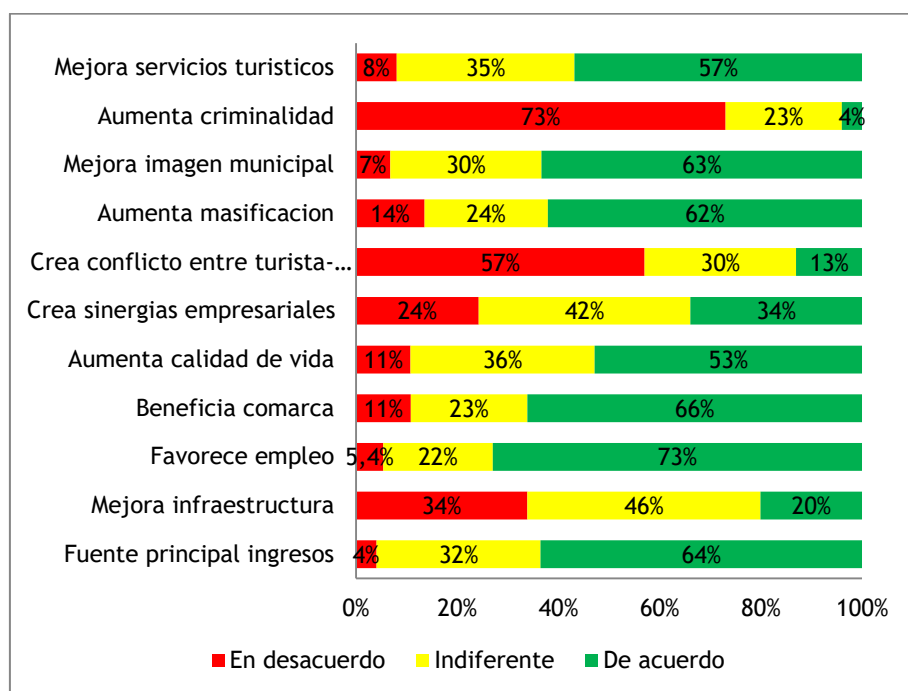


Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Un comportamiento totalmente opuesto muestra el resto de las empresas, que presentan una facturación anual constituida principalmente por el gasto del residente (un 72%). Curiosamente el peso del gasto global de los peregrinos ahora está por debajo del gasto de los turistas. Lo que da a entender una mayor conectividad monetaria de los turistas gran parte de ellos residenciales (lo que aproxima su patrón de consumo al de los residentes) con el resto de los negocios.

Visto lo anterior, nos queda analizar el discurso de las empresas locales a fin de entender la percepción actual acerca de los impactos producidos por el sector turístico. El enfoque de las afirmaciones tiene un carácter histórico que permite recopilar los resultados de los impactos lineales acumulados desde la implantación de la actividad (aproximadamente desde hace 15 años).

Gráfico 17: Análisis de la percepción empresarial sobre los efectos de la actividad turística



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Los resultados, basados en el discurso de las empresas encuestadas (Gráfico 17), muestran una imagen más nítida que ayuda a entender los pormenores de la actividad turística y las consecuentes repercusiones de la misma en el ámbito de la sostenibilidad. En cuanto

al bloque de la percepción económica las empresas discrepan a la hora de afirmar si el turismo ha mejorado los servicios turísticos locales. En cambio, coinciden, en mayor parte, de que la actividad sí que favorece al empleo y además se proyecta como la principal fuente de ingresos dentro de la estructura económica local. Las percepciones de carácter socio-cultural nos muestran que las empresas no perciben unas sinergias firmes que ayuden a construir unas estrategias de cooperación intersectoriales. Por otro lado, no se detecta que la afluencia turística pueda causar conflictos con la población anfitriona o aumentar la criminalidad en la zona.

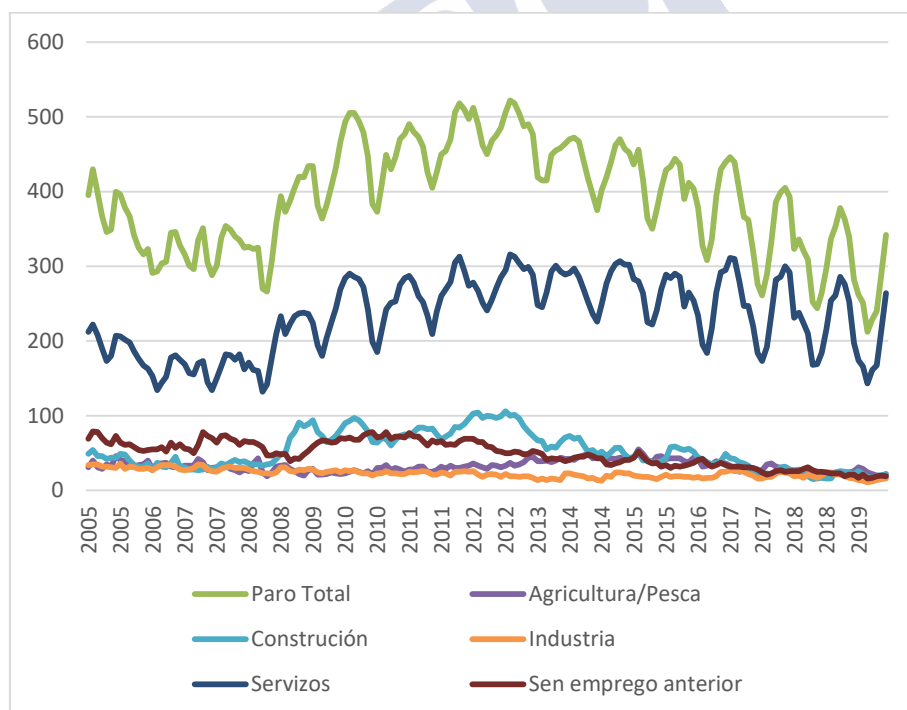
En cuanto a los impactos de índole ambiental, un 62% de los encuestados afirman que la actividad muestra claros signos de masificación. Tampoco existen indicios de una importante mejora dentro de la infraestructura turística y de otros servicios públicos del municipio. Sin embargo, los resultados afirman que el turismo es una buena herramienta para mejorar la imagen municipal. Los datos del último bloque muestran que la actividad turística local beneficia al resto de la comarca y en parte aumenta la calidad de vida. Como nota global, al desarrollo turístico del destino, los resultados reflejan un 3,2 de nota media (en un intervalo entre 1 y 5), dando a entender que las dinámicas turísticas locales no aprovechan al máximo el potencial de los recursos explotados por los negocios vinculados a la actividad.

3.5.2. La evolución de la economía de Fisterra y su relación con la opinión de los empresarios

En función de lo anterior y con la finalidad de comparar los indicadores objetivos y la percepción del empresariado fisterran, se partirá del amplio consenso existente sobre el desarrollo como un proceso que abarca crecimiento económico y modernización económica y social, consistente en el cambio estructural de la

economía y las instituciones vigentes cuyo resultado último es la consecución de un mayor nivel de desarrollo humano y una ampliación de la capacidad y la libertad de las personas. Es usual tomar como punto de partida el Producto Interno Bruto per cápita (como principal proxy del nivel de desarrollo humano), sin embargo, dado el proceso de despoblación que enfrenta el municipio de Fisterra, este indicador es sesgado. Para aproximar y evaluar el desempeño del sector turístico en el empleo de Fisterra se obtuvieron del Instituto Galego de Estadística el número de personas desempleadas desde marzo de 2005 hasta noviembre de 2019 por sector de actividad económica a partir de los datos administrativos del paro registrado.

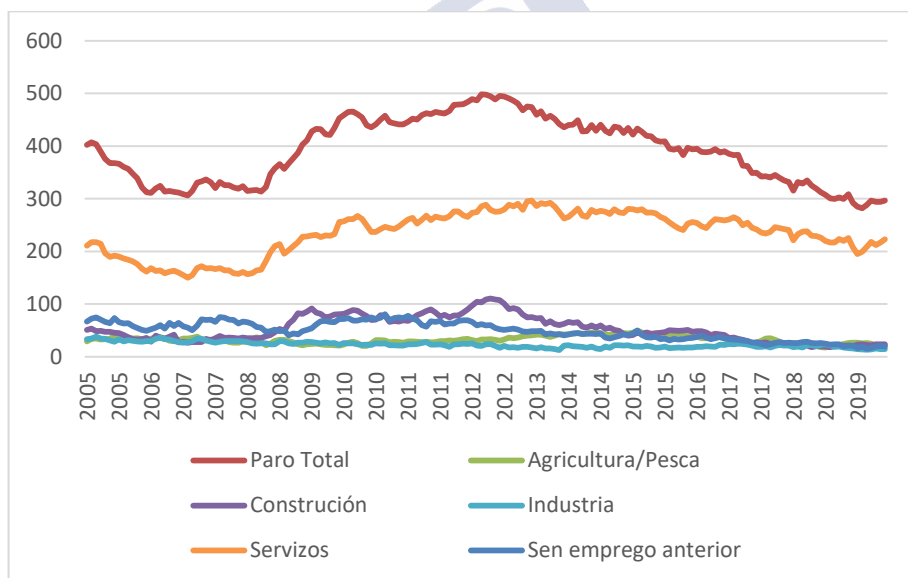
Gráfico 18: Evolución del numero de desempleados por sector (paro registrado)



Fuente Elaboración propia con datos del IGE

Como se puede observar, los datos contienen un fuerte componente estacional, por lo que se aplicó a las series el método X13 Arima Seats²⁹ para desestacionalizarlas. Este método permite estimar las componentes no observadas de una serie, sin recurrir a la especificación de un modelo estadístico, se trata, por tanto, de un método no paramétrico. La metodología X13-ARIMA se basa en el cálculo de medias móviles, logrando el ajuste estacional con el desarrollo de un sistema de factores que explican la variación estacional en la serie.

Gráfico 19: Series desempleo desestacionalizadas



Fuente: Elaboración propia con código del Economic Census

²⁹ Para ajustar el nivel de desempleo se ha optado por aplicar la metodología de ajuste estacional X13 ARIMA SEATS, del Census Bureau de Estados Unidos en línea con las prácticas internacionales. Se trata de un programa de código abierto, desarrollado a partir de los programas de ajuste estacional Census X-11 (Shiskin, 1967) de la oficina del censo de los Estados Unidos, y X11 ARIMA (Dagum 1980, 1988) de la oficina de estadística de Canadá.

Posteriormente, cada una de las series se descompuso en sus componentes cíclicos y de tendencia mediante el filtro de Hodrick-Prescott con $\lambda = 14400$. Por tanto, se estimó la regresión lineal:

$$U_t = \delta_0 + \sum_{i=1}^5 \delta_i USector_{i,t} + \eta$$

donde U_t es el total de personas en paro en el periodo t ; $USector_{i,t}$ es el numero de personas en paro en el sector i en el periodo t , δ_0 capturará la tendencia de paro mientras que δ_i brindará la aportación del i -esimo sector en el paro total de Fistera (Cuadro 19). Como se puede apreciar, los resultados de la regresión tienen el signo esperado y son altamente significativos. Durante el periodo comprendido entre marzo de 2005 hasta noviembre de 2019, el sector que más contribuyó a elevar el número de personas en paro fueron los servicios [al cual corresponden las actividades que se esperaba fueran beneficiadas (o perjudicadas) directamente por la actividad turista] seguido de la agricultura, el sector de la construcción (como era de suponerse) y por último la industria.

Cuadro 19. Explicación evolución del paro total por sectores

	Paro Total
Agricultura	0.997*** (0.011)
Construcción	0.916*** (0.043)
Industria	0.576*** (0.122)
Servicios	1.003*** (0.010)
Sin Empleo	1.150*** (0.069)
Constante	5.959 (0.00)
R^2	0.99
N	175

Notas: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$. Errores estándar en paréntesis

Lo primero a destacar es que, utilizando indicadores comunes, es difícil emitir un dictamen preciso sobre la contribución del turismo en el desarrollo, pues los datos son escasos y no permiten hacer inferencia con niveles de confiabilidad suficientes. Sin embargo, se puede decir, en términos generales, que los servicios, incluido el turismo, son el sector más dinámico de la economía de Fisterra, por lo que choques en este sector se propagan rápidamente a toda la economía y, por su puesto a sus habitantes. Por otro lado, desafortunadamente este sector posiblemente contrate a personal con poca cualificación, lo que puede inferirse de los niveles de cualificación observados para los trabajadores de esta actividad para el conjunto de la economía gallega.

Para poder comparar estos indicadores con la percepción del empresariado de Fisterra, hemos utilizado las respuestas al cuestionario del total de los 74 establecimientos dedicados a diferentes actividades. Recordemos que esta metodología no puede recoger las repercusiones positivas o negativas del turismo en la vida cotidiana de los habitantes y de los empresarios del municipio de Fisterra reales, sino su percepción sobre las mismas.³⁰ Es razonable suponer que, si los beneficios agregados del sector turístico son superiores a sus costos, entonces la población local tendrá una opinión favorable del turismo y una opinión negativa en caso contrario. También es de suponer que aquellas actividades que “compitan” con las actividades propias del sector tendrán una opinión negativa, a pesar del buen desempeño del sector, por lo tanto, el análisis estadístico y econométrico se realizara mediante clúster por tipo de actividad.

En consideración de lo anterior, lo primero será determinar si existen diferencias significativas entre los propietarios de los negocios de Fisterra³¹ de diferentes actividades en: meses de apertura y número de empleados (Cuadro 20). Como se puede apreciar, existen diferencias significativas tanto en los meses de apertura, como en el número de empleados que contratan los empresarios, dependiendo de la actividad que realicen.

³⁰ Las repercusiones positivas o negativas del turismo en la vida cotidiana de los habitantes y de los empresarios del municipio de Fisterra no se pueden conocer utilizando información oficial ni registros administrativos. Por lo tanto, se ha optado por realizar una encuesta específicamente diseñada para explotar esta información.

³¹ Se eliminaron de la muestra las actividades 3 (Industria), 4 (Construcción) y 7 (Sector Inmobiliario) debido a que solo hay una observación para cada una, lo que imposibilita hacer inferencia. Así mismo, se eliminó la actividad 12 (Alimentación) la cual contiene solo 5 observaciones. El tamaño de la muestra ajustado es de 66 observaciones y solo contiene a las actividades 5 (Comercio), 9 (Alojamiento), 10 (Restaurates) y 11 (Café-Bar).

Cuadro 20. Promedio de apertura y distribución del personal laboral

Actividad	n	Meses apertura	Empleados				Total
			Fijos		Temporales		
			T. completo	T. parcial	T. completo	T. parcial	
Comercio	14	11,64	1,50	0,36	0,07	0,21	2,14
		(1,34)	(1,29)	(0,63)	(0,27)	(0,80)	(1,56)
Alojamiento	28	8,61	2,46	0,61	0,25	0,61	3,93
		(2,27)	(2,36)	(1,13)	(0,59)	(0,92)	(2,79)
Restaurantes	14	9,86	3,21	0,36	2,71	0,86	7,14
		(2,35)	(2,36)	(0,93)	(2,64)	(1,99)	(4,22)
Café-bar	10	9,10	2,00	0,20	0,50	0,70	3,40
		(3,18)	(1,15)	(0,63)	(0,71)	(1,06)	(1,17)

Fuente: Elaboración propia (errores estándar entre paréntesis).

En cuanto al porcentaje de ingresos atribuido a peregrinos, excursionistas, turistas y residentes, (Cuadro 21) así como sus fuentes de abastecimiento, se puede observar, primero, que, para los negocios con actividad comercial, su facturación durante el año se concentra principalmente en los residentes, sin embargo, durante el periodo estival, la distribución de su facturación cambia.

Cuadro 21. Distribución de los ingresos del empresariado de Fisterra

Actividad	Ingreso promedio							
	Peregrinos		Excursionistas		Turistas		Residentes	
	Anual	Estival	Anual	Estival	Anual	Estival	Anual	Estival
Comercio	17,00	24,64	4,07	5,71	21,43	22,57	57,50	47,07
	(15,49)	(20,24)	(4,36)	(4,75)	(14,47)	(15,17)	(27,93)	(30,67)
Alojamiento	63,43	54,93	2,14	1,79	32,46	41,14	1,96	2,14
	(31,69)	(35,58)	(5,68)	(4,76)	(28,46)	(32,97)	(5,50)	(5,68)
Restaurantes	31,00	20,71	19,21	15,93	27,14	45,71	22,64	17,64
	(22,00)	(17,08)	(18,72)	(14,13)	(21,55)	(24,56)	(25,22)	(24,32)
Café-bar	26,00	29,50	5,00	5,00	23,50	28,80	44,50	37,70
	(26,75)	(29,86)	(9,72)	(9,72)	(17,65)	(19,35)	(33,87)	(32,86)

Fuente: Elaboración propia.

Si bien, los residentes siguen contribuyendo con la mayor fracción, es importante destacar la importancia de los peregrinos para esta actividad. Esto contrasta con los negocios con actividades de alojamiento, cuyos ingresos principales durante el año provienen de los peregrinos, sin embargo, durante el periodo vacacional, esta cifra observa una caída de casi 10%. Por su parte, los restaurantes, durante el año tienen sus ingresos más o menos bien distribuidos en las categorías, sin embargo, durante el periodo vacacional, sus ingresos se concentran principalmente en el turismo. Por último, los café-bar, al igual que el comercio, durante el año dependen más de los residentes, sin embargo, durante el periodo estival la caída que presenta este grupo la compensa el aumento en el consumo tanto de los peregrinos como de los turistas. Vale la pena señalar que los datos indican que los excursionistas son los que menos aportan a sus ingresos, en cualquier época del año.

A continuación se presentan los resultados de un modelo *probit* multinomial ordinal³² en donde la variable dependiente es la percepción de los empresarios sobre el impacto del turismo en el desarrollo de Fisterra y los controles son: actividad de la empresa, porcentaje de facturación anual atribuido a peregrinos, excursionistas y turistas, si los empresarios consideran que el turismo es el principal ingreso del municipio, si el turismo mejora la infraestructura, si favorece al empleo, si beneficia a la comarca, si eleva la calidad de

³² El modelo de probit multinomial ordinal se usa para estimar las relaciones entre una variable dependiente ordinal sobre un conjunto de variables independientes. Una variable ordinal toma valores ordenados en categorías, por ejemplo, "malo", "regular", "bueno", "excelente". En este modelo se estima un score subyacente como una función lineal de las variables independientes y un conjunto de puntos de corte. La probabilidad de observar el resultado corresponde a la probabilidad de que la función lineal estimada (más el término de error) está dentro de los puntos de corte estimados. El modelo probit multinomial puede utilizarse para predecir el resultado probable de un ensayo multidireccional no observado dadas las variables explicativas asociadas. En el proceso, el modelo intenta explicar el efecto relativo de las diferentes variables explicativas sobre los diferentes resultados.

vida, si genera problemas, si genera masificación, si daña la imagen y si el turismo genera delincuencia (todas las variables contienen 5 categorías en donde 1 es la peor y 5 la mejor).

Lo primero que hay que señalar es que, debido al poco número de observaciones, es difícil encontrar relaciones significativas, sin embargo, aun así, el ejercicio econométrico permite hacer conjeturas interesantes. En el Cuadro 22 y 23 se presentan en dos partes los coeficientes de todos los regresores. La primera parte (Cuadro 22) presenta los resultados de los regresores continuos y en la segunda parte (Cuadro 23) todos los regresores categóricos.

Cuadro 22. Regresión probit multinomial (primera parte)

Actividad de la empresa		
Alojamiento	0.80	
	(1.88)	
Restaurante	0.89	
	(2.19)	
Café-Bar	5.02	***
	(1.82)	
Total Empleados	0.17	
	(0.17)	
Total meses de actividad	0.20	
	(0.17)	
Porcentaje de fractura anual por Peregrinos	0.04	
	(0.02)	
Excursionistas	0.00	**
	(0.05)	
Turistas	0.02	
	(0.02)	
/cut1	4.48	
	(6.32)	
/cut2	6.97	
	(6.53)	
/cut3	10.14	
	(6.56)	
/cut4	11.36	
	(6.55)	

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, los empresarios más sensibles respecto a la percepción del impacto del turismo en el desarrollo de Fisterra son aquellos propietarios de café-bar, así mismo, se puede observar que el otro coeficiente que resulto significativo (aunque de orden despreciable) es el porcentaje de facturación asociada a excursionistas. Con respecto a la segunda tabla, se puede apreciar que, en general, los empresarios tienen una percepción poco positiva de los beneficios del turismo en el desarrollo de Fisterra, a pesar de que la mayoría de ellos coincide en que favorece el empleo y que favorece las sinergias en la comarca y que contribuye a mejorar los servicios de hostelería y restauración.

Cuadro 23. Regresión probit multinomial (2a parte)

El turismo:	es la fuente principal de ingresos	mejora la dotación de infraestructura	favorece la creación de empleo	beneficia a la comarca	aumenta la calidad de vida	contribuye a generar sinergias
2		-1.65		-4.68	-2.22	2.79
		(1.62)		(2.22)	(3.81)	(2.20)
3	-0.32	-1.26	4.29	-4.39	-0.30	3.44
	(2.07)	(1.27)	(2.38)	(3.13)	(3.50)	(1.71)
4	0.20	0.50	0.72	-6.03	0.74	5.48
	(2.28)	(1.47)	(2.59)	(3.13)	(3.68)	(2.41)
5	0.36	0.00	0.68	-6.49	-2.86	3.55
	(2.94)	(2.47)	(2.22)	(2.63)	(3.72)	(2.67)
El turismo:	ocasiona problemas de convivencia	aumenta la masificación	mejora la imagen del municipio	aumenta el crimen	mejora la calidad de la hostelería y la restauración	
2	0.20	2.99	-4.29	-1.39	6.36	
	(0.96)	(2.61)	(5.29)	(1.16)	(5.98)	
3	2.44	2.47	-6.10	-6.34	10.27	
	(0.99)	(1.78)	(4.42)	(1.71)	(5.40)	
4	-3.26	5.44	-6.23	-1.35	7.23	
	(1.47)	(1.91)	(4.47)	(1.52)	(5.34)	
5	-3.39	6.04	-1.69		5.98	
	(2.15)	(1.78)	(4.54)		(5.40)	

Fuente: Elaboración propia.

En los Cuadros 24 y 25, se presenta los efectos marginales de cada una de las variables categóricas sobre el impacto del turismo en el desarrollo de Fisterra. Esto es, en qué medida aumenta la probabilidad de que los empresarios elijan que el turismo no contribuye al desarrollo de Fisterra en función de que cada una de las categorías de los controles. Por ejemplo, elegir la categoría 3 en la variable *el turismo es la fuente principal de ingreso en el municipio*, incrementa la probabilidad de contestar que el turismo no contribuye al desarrollo de Fisterra en 1.7%. Como se puede apreciar, en general, todas las categorías de las todas las variables preservan la relación esperada (aumenta la probabilidad de considerar que el turismo no contribuye al desarrollo en las categorías bajas de las cualidades positivas del desarrollo y altas en las cualidades negativas y, al contrario, disminuye en las categorías altas de las cualidades positivas y las categorías bajas de las cualidades negativas), a excepción de la percepción sobre la calidad de vida que, como se puede observar, solo la categoría 4 disminuye la probabilidad de una percepción nula del impacto del turismo en el desarrollo (las demás categorías aumentan la probabilidad de que los empresarios perciban que el turismo no contribuye al desarrollo).

Cuadro 24. Efectos marginales (1ª parte)

El turismo:	es la fuente principal de ingresos	mejora la dotación de infraestructura	favorece la creación de empleo	beneficia a la comarca	aumenta la calidad de vida	contribuye a generar sinergias
2		0.07 (0.07)		0.03 (0.04)	0.12 (0.16)	-0.26 (0.25)
3	0.02 (0.10)	0.05 (0.05)	-0.15 (0.14)	0.03 (0.04)	0.01 (0.12)	-0.28 (0.24)
4	-0.01 (0.11)	-0.01 (0.03)	-0.05 (0.18)	0.09 (0.05)	-0.02 (0.10)	-0.33 (0.26)
5	-0.02 (0.14)	0.00 (0.07)	-0.05 (0.16)	0.12 (0.07)	0.17 (0.16)	-0.29 (0.25)

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 25. Efectos marginales (2a parte)

El turismo:	ocasiona problemas de convivencia	aumenta la masificación	mejora la imagen del municipio	aumenta el crimen	mejora la calidad de la hostelería y la restauración
2	-0.01	-0.31	0.05	0.04	-0.72
	(0.04)	(0.27)	(0.06)	(0.03)	(0.51)
3	-0.07	-0.27	0.12	0.51	-0.85
	(0.04)	(0.23)	(0.05)	(0.24)	(0.47)
4	0.23	-0.41	0.13	0.04	-0.76
	(0.15)	(0.24)	(0.06)	(0.06)	(0.47)
5	0.24	-0.42	0.02		-0.69
	(0.23)	(0.23)	(0.04)		(0.48)

Fuente: Elaboración propia.

De lo anterior se pueden desprender dos implicaciones de relevancia para este análisis. En primer lugar, no existen sesgos en la opinión del empresariado de Fisterra sobre la percepción del impacto del turismo en Fisterra excluyendo la posibilidad de que solo un segmento empresarial se esté beneficiando más que otros del turismo, lo cual nos lleva a la segunda implicación. A pesar del buen desempeño observado de corto y largo plazo de los indicadores del turismo en el desarrollo de Fisterra, los empresarios no coinciden con el desempeño de estos indicadores a pesar de que los empresarios coinciden en los beneficios teóricos (entre ellos: la generación de sinergias), por lo que existe la posibilidad de implementar políticas públicas para hacer más incluyente los beneficios del desarrollo impulsados por el turismo.

3.6 RESUMEN Y CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos han ayudado a visualizar ciertos impactos lineales, que han corroborado las hipótesis iniciales. Y es que las dinámicas turísticas del municipio no han superado ciertos umbrales marcados por la sostenibilidad turística. En el caso de Fisterra, no se observa una seguridad económica capaz de cubrir las necesidades de mejora infraestructural que permita aumentar la competitividad del destino. Otro de los fenómenos que subrayan los resultados es una marcada estacionalidad turística manifestada a través de los intervalos de apertura de los negocios con servicios turísticos. Y aunque Capó, Riera, & Roselló (2006) afirman que el cierre de los locales durante la temporada baja es un fenómeno generalizado (por no tener mayores alternativas), este hecho no justifica las trascendencias del fenómeno como la reducción de la ocupación anual o interferencias en el mercado laboral. La baja ocupación actual es el primer indicio del desequilibrio entre la oferta y la demanda, lo que a su vez perjudica directamente a las mejoras en los servicios turísticos. Teniendo en cuenta los resultados vinculados a la mejora de los servicios turísticos de Fisterra y la baja tasa de ocupación de la planta alojativa se puede afirmar que el municipio registra cierto desequilibrio entre la oferta y la demanda, que a su vez amenaza el umbral de la rentabilidad de las empresas turísticas locales.

En términos de cooperación intersectorial y sinergias, necesarias para estructurar unas acciones conjuntas a fin de diversificar y mejorar el mercado laboral, el destino muestra muchas debilidades. Este fenómeno, en parte, está justificado por una carencia de consenso por parte de las pequeñas empresas, cuyas metas es el beneficio económico propio y no unas políticas conjuntas desde un enfoque del destino a largo plazo (Koh, 2006). El discurso de los encuestados, muestra que la demanda turística (durante épocas

puntuales) ha superado el umbral de la masificación que afecta no solo a la tranquilidad de la población residente sino a la calidad del destino desde la mirada del turista. Este fenómeno pone en jaque el reclamo turístico y la motivación de aquellos perfiles de la demanda que buscan destinos tranquilos, lejos de la saturación y masificación turística (Porcal, 2003).

El fracaso del turismo rural se debe al enfoque del mismo, que no se plantea como una actividad complementaria al primer sector, sino como el motor de desarrollo de muchas áreas rurales de Galicia. En el caso fisterran se puede observar el mismo comportamiento, debido a que las $\frac{3}{4}$ de las empresas locales perciben la actividad turística como la actividad económica principal del municipio y por lo tanto el eje central de la economía local. Por último, cabe destacar que el principal “cliente” de las empresas turísticas locales es el peregrino (ocupando casi un 50% de la cuota de facturación). Estudios anteriores (Andrade et al., 2010) ya advirtieron sobre los moderados efectos que produce este producto turístico (el Camino de Santiago) dentro del proceso de revitalización de las regiones que atraviesa. Más aun, se ha puesto en duda la importancia de sus impactos a largo plazo si se enfoca como el motor de desarrollo local y no como un pilar complementario a la estructura económica local.

El análisis econométrico realizado también ha confirmado la hipótesis inicial sobre una visible reestructuración del mercado laboral local debido al emergente desarrollo de la actividad turística. El continuo crecimiento de la demanda turística ha propiciado el aumento de la mano de obra en el tercer sector, destacando el subsector hostelero como uno de los más relevantes. No obstante, la actividad laboral del sector agropesquero sigue teniendo un peso notable en la estructura socioeconómica del municipio. Cabe añadir, que a diferencia del sector turístico el sector agropesquero presenta un

comportamiento mucho más desestacionalizado, ofreciendo una alternativa laboral a la población local que a día de hoy es aún muy importante.

Por último, a la hora de analizar los resultados en torno a las percepciones del empresariado encuestado, en primer lugar, se detecta una clara etiquetación de los perfiles de la demanda turística. Aunque el residente se proyecta como el principal consumidor (sobre todo fuera de época estival), los turistas y peregrinos aglutinan un relevante peso en términos de consumo a lo largo del año. Destacar que el perfil del excursionista es el que menos beneficio aporta en cualquier época del año. En segundo lugar, no es posible concluir que exista un consenso por parte del empresariado sobre los beneficios positivos del turismo en el desarrollo del municipio. No obstante, sí que existe una percepción cuasi unánime sobre la importancia del sector a la hora de crear empleo o trazar ciertas sinergias interempresariales. A modo de resumen, se podría afirmar que los costes iniciales vinculados a la actividad turística no han cumplido las expectativas del empresariado local en cuanto al beneficio final esperado.



CAPÍTULO 4: APROXIMACIÓN AL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA DESDE LA DEMANDA

4.1. INTRODUCCIÓN

Otro de los enfoques, que ayuda a comprender la dimensión de los impactos de la actividad turística, es el análisis de la competitividad del destino a través de la percepción de la demanda. En un proceso donde los factores naturales y culturales se transforman en un recurso económico importante (Porcal, 2003; Simón et al., 2011), que además exige conocer si la demanda cumple las expectativas esperadas por parte de los gestores locales (Prats, 2003). El equilibrio, entre el aumento de flujo turístico hasta el umbral de la sostenibilidad que permita evitar la masificación, es la principal responsabilidad de las actuaciones políticas locales (Almeida, 2006; Prats, 2003). Otro condicionante consiste en que la actividad por debajo del umbral de la masificación ha de originar un turismo de calidad capaz de crear una rentabilidad por encima de lo esperado.

Obviamente los diferentes usuarios generan diferentes impactos y comportamientos como consumidores, lo que dificulta un enfoque puramente numérico y globalizado (Butler, 1996), por lo tanto se precisa efectuar un acercamiento más individualizado a cada tipología de perfil de la demanda. La interacción del turista con el territorio, los servicios y los productos turísticos locales, finalmente, se canaliza a través de percepciones finales que ayudan a estimar los impactos de la demanda.

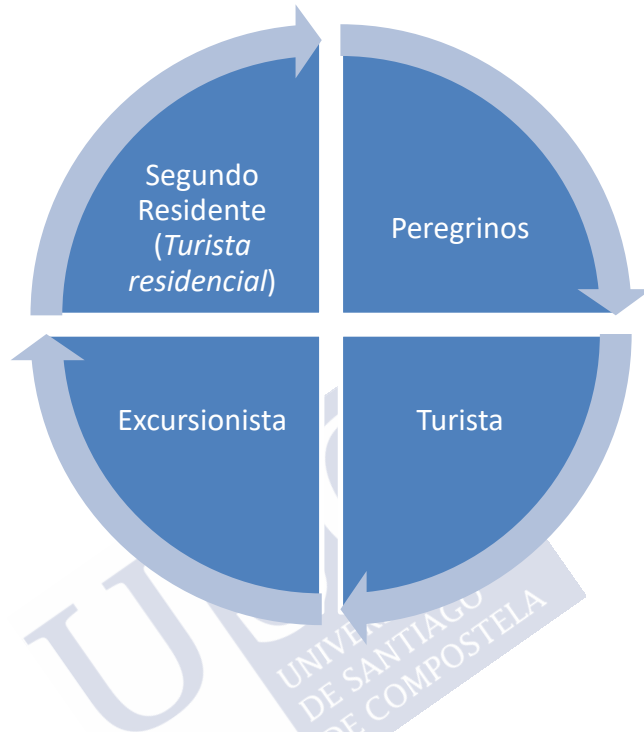
El problema añadido viene dado por la escasa presencia de la oferta complementaria, fenómeno muy común en los espacios rurales cuyos gestores opinan que la propia planta alojativa o los recursos existentes pueden elaborar un producto turístico sólido (Carballo et al., 2016; Simón et al., 2011). La escasa interacción de la demanda con las empresas locales es agravada por el carácter limitado de dichas empresas en cuanto al abanico de productos y servicios debido al carácter autodidacta del empresario y una búsqueda de beneficios, mayoritariamente, muy a corto plazo, sin ampliaciones visionarias (Rodríguez & Guisado, 2003).

Visto lo anterior, se podría afirmar que el análisis de la interacción de los diferentes perfiles de la demanda con los diversos factores (económico-empresariales, sociales, ambientales, etc) ayudaría a obtener una visión más clara sobre los verdaderos impactos generados por el visitante.

4.1.1. Perfil y gasto

Los visitantes, al igual que la población residente de cualquier espacio económico, no son homogéneos ni en sus características sociodemográficas (edad, nivel económico, nivel educativo...) ni en sus preferencias (motivación, valoración diferentes atributos del producto turístico...). La conexión entre el turista y los diversos factores locales (alojamiento, restauración, oferta complementaria, etc.) permite agrupar los diferentes comportamientos de la demanda en grupos específicos o segmentos. Una clasificación inicial podría dividir a los visitantes en grupos en función de la duración de su estancia (Figura 4).

Figura 4: Clasificación Tradicional Visitantes (por duración de la estancia):
Aplicación a Fisterra



La segmentación de los visitantes tiene como objetivo dividir el mercado en grupos identificables, similares y significativos con el propósito de ajustar la oferta de servicios y analizar su gasto. De hecho, estimar el gasto medio diario de cada grupo nos podría ayudar a realizar esta desagregación (Lara de Vicente & López-Guzmán, 2004), facilitando de esta manera una definición más precisa de los diferentes perfiles y sus aportaciones a la economía local. La importancia de esta estimación reside en conocer hasta qué punto los efectos del gasto son beneficiosos para los agentes (vinculados directa o indirectamente al sector turístico) integrantes de una economía (Ferri & Uriel, 2004). El modelo de Valdés et al. (2010) propone el gasto turístico como un indicador con un efecto multiplicador capaz

de interferir de manera inmediata en los impactos directos, indirectos e inducidos originados por la actividad turística. El aumento del gasto, por encima del umbral de lo planificado, beneficia no solo a los negocios que se relacionan directamente con el visitante, sino a sus proveedores más inmediatos y a las economías domésticas (mediante sueldos). Sin embargo, un gasto por debajo del umbral originaría el efecto contrario.

Una estrategia eficaz para ajustar la carga turística de un destino, es emplear la segmentación y seleccionar los segmentos o perfiles de mayor valor para el destino (puede ser simplemente en términos de gasto o también tener en cuenta otros impactos socioeconómicos del visitante y basarse en su comportamiento³³ no solo en su consumo). La segmentación facilita una mejor distribución del turismo ayudando a reducir la congestión de los principales puntos turísticos.

Generalmente, tampoco la oferta turística es homogénea, ya que cada territorio satisface unas necesidades muy concretas de cada visitante (Carballo et al., 2016) y por lo tanto, en función de la orientación del producto turístico tendrá como respuesta un determinado perfil de demanda. En el caso del municipio de Fisterra, el Camino de Santiago se proyecta como uno de los atractivos principales capaz de agrupar una demanda muy específica, como

³³ Niezgoda y Bartosik (2010) encuentran que el tipo de turista puede establecerse sobre la base de criterios económicos, geográficos, demográficos, psicológicos y socioculturales. Dolnicar (2007) reafirma este punto de vista, señalando que las variables de comportamiento sociodemográfico se pueden utilizar para segmentar el turismo. Sin embargo, a pesar de los numerosos estudios que utilizan variables sociodemográficas como criterio principal para explicar el gasto, numerosos autores han cuestionado su utilidad para predecir comportamientos (Tkaczynski, Rundle-Thiele y Beaumont, 2009). Por lo tanto, es necesario considerar otros determinantes.

también ocurre con atractivos paisajísticos como es el caso del Cabo de Fisterra, aglutinando a un perfil de visitante completamente diferente y que también es muy relevante, aunque no para todo tipo de empresas.

Tal y como se ha visto en el capítulo anterior, los peregrinos ocupan el primer lugar dentro de la estructura económica de las empresas turísticas locales, por lo tanto, el análisis de su gasto diario es de suma importancia. Estamos ante un perfil muy característico cuyo comportamiento dentro del mercado turístico actual ha sido valorado por algunos representantes de la comunidad científica con opiniones opuestas sobre su relación con la economía y el nivel de vida de las poblaciones locales. Andrade (2011), durante su estudio sobre el Camino Francés, afirma que el aumento del flujo de peregrinos no ha supuesto la visualización de unos impactos positivos para los municipios integrantes del tramo. Y es que el peregrino arrastra unas dinámicas muy concretas que están limitadas territorialmente solo al espacio del camino lo que dificulta el aprovechamiento del resto de productos turísticos a nivel municipal o comarcal. Otras características que representan bien a este perfil es la corta estancia (normalmente una noche), dinámicas de alimentación específicas (propias del camino), un comportamiento más austero que el resto de perfiles y una limitada interacción con el comercio local debido al límite de carga que el peregrino puede llevar consigo (Santos, 2006, 2012).³⁴

³⁴ Un perfil muy característico en los espacios rurales son los llamados “exploradores” o usuarios del turismo alternativo. Estamos ante un perfil que no sigue un comportamiento común al resto de los visitantes, sino que representa una minoría que suele causar malestar entre la población local y proporciona un gasto muy por debajo del umbral medio (Weaver en (Lew et al., 2004)). En cierta medida, una parte de los peregrinos que llegan a Fisterra podrían encajar en este perfil.

El resto de los perfiles de la demanda pueden también predefinirse sin dificultad. El turista estándar³⁵, todo aquel que se desplaza hasta el destino con una finalidad de pernoctar una o más noches (siempre y cuando no sea peregrino llegado a pie). El excursionista, perfil que pasa en el destino un tiempo limitado sin pernoctar. Y, por último, el segundo residente. En muchos destinos del litoral, también en nuestro caso, durante la primera fase del desarrollo de la actividad se observa un crecimiento de nuevas construcciones que no coinciden con la necesidad de la población censada (Vera, 2006b). Este tipo de alojamiento es mucho más opaco a la hora de contabilizar la planta alojativa que representa. Sin embargo, agrupa a un perfil de turistas con un significativo peso dentro de la composición de la demanda local.

4.1.2 Valoración

La valoración de los múltiples aspectos del destino es otro de los puntos importantes a la hora de medir la competitividad del este. Y es que la imagen percibida es la base de la motivación turística que rige dentro del proceso de decisión de compra de la demanda potencial (Andrade, 2012). A través de este indicador no solo se detecta el estado de los recursos sino también el estado de la interacción tanto con el público residente como con las empresas locales. Aunque la conexión entre el visitante y el residente rural no es todo lo activa que tiene que ser (Ulla & Pazos, 2010), el grado de tolerancia de la

³⁵ En la aplicación de esta clasificación a Fisterra se ha subdividido el grupo de turistas estándar en dos en función del tipo de alojamiento utilizado: si usan establecimientos reglados son clasificados como turistas y si usan alojamientos alternativos se incluyen en el grupo de otros turistas, por lo que finalmente contamos con 5 grupos.

población residente es fácilmente percibida por el visitante lo que mediría la capacidad de acogida social (Almeida, 2006).

A parte de la interacción social, los recursos naturales y el paisaje son otros de los puntos clave dentro de cualquier espacio rural. Dado que este tipo de recursos estructuran la mayoría de los productos turísticos rurales, automáticamente se convierten en un generador, de flujos de visitantes, de primera categoría (Cánoves et al., 2005). La valoración por parte de la demanda sobre el estado de estos recursos nos ayuda a comprender la situación actual del destino y los productos que lo representan de cara al exterior. No es menos importante el patrimonio gastronómico del destino, siendo este un componente fundamental en la conexión con las cultura local (Bessiere, 1998).

Por último, los frutos de las políticas públicas locales también se ponen en la palestra. Es importante valorar el diseño de las infraestructuras turísticas locales, que satisfagan las necesidades de los visitantes, y cuyo estado depende directamente de las instituciones locales (Devesa et al., 2010). Dicha valoración ha de recoger una serie de responsabilidades municipales de varias categorías (Melgosa, 2011): calidad medioambiental, conservación urbanística, información turística, estado de los principales monumentos turísticos y las playas.

4.1.3 Masificación

Si partimos de la premisa de que la competitividad de un destino se vincula de manera irrechazable a la sostenibilidad del mismo (Wagner, 1997), entonces sería importante analizar los factores que constituyen esa sostenibilidad. Sanagustín et al. (2011) definen la sostenibilidad turística como una experiencia ligada al estilo de vida rural, donde el turista es un individuo educado y responsable, cuyo propósito es disfrutar de un entorno equilibrado y sin ningún indicio

de masificación. Muchos de los destinos son incapaces de tomar a tiempo ciertas medidas de control de la demanda (Butler, 1996), lo que a la larga desemboca en un fenómeno, conocido popularmente como “morir de éxito”, capaz de desequilibrar el funcionamiento normal de cualquier territorio (Almeida, 2006).

Los principales impactos, fruto de esta disfunción, son de carácter social y económico (Muñiz, 2001). Desde un enfoque social el residente solo aceptara una sobredemanda turística en el hipotético caso de que esta origine unos beneficios esperados que satisfagan las necesidades de la población anfitriona (Sharpley, 2014). Este punto queda matizado por O'Reilly (1986) que plasma una bifurcación, dentro del concepto de la capacidad de carga social, separando la tolerancia del residente hacia el turista y la tolerancia del turista al resto de los visitantes. Desde un enfoque económico la masificación (sobre todo durante los picos estivales) tiende a producir desequilibrios dentro de la estructura laboral y un uso irregular de la infraestructura turística local. La suma de impactos (producidos por la masificación) facilitara la disminución de la demanda real (Butler, 1980), empezando por los perfiles que buscan mayor calidad de servicios y por lo tanto arraigan mayor gasto en el destino.

4.1.4 Estimación del impacto cuantitativo: perfil más número

Efectivamente, el impacto cuantitativo depende tanto de los aspectos cualitativos vinculados al perfil de gasto, como del número absoluto de visitantes de cada grupo. En análisis anteriores, el foco se fijaba en el número más que en el verdadero impacto del visitante a través de su perfil de gasto. El foco ahora parece fijarse sobre los perfiles de gasto (nos dará el impacto multiplicador), pero para poder estimar el impacto total, necesitamos conocer el número absoluto de visitantes en cada tipología. Desde el punto de vista de la

sostenibilidad, interesa menos visitantes, pero con un mayor impacto multiplicador que más visitantes con menor impacto multiplicador. En cualquier caso, es necesario tener una aproximación cuantitativa al número de visitantes de cada espacio turístico, algo que a escala municipal es muy complejo, ya que las operaciones estadísticas diseñados con ese objetivo, no pueden aplicarse a nivel municipal. En el anexo I, se presenta un método de estimación alternativo del número de visitantes de una localidad, a partir de datos sobre la generación de residuos urbanos.

4.2. METODOLOGÍA

La metodología propuesta sigue unos parámetros similares que en el capítulo anterior. Debido a que se pretende ofrecer una herramienta de análisis con posibilidad de aplicación real a posteriori de este trabajo, se propone la realización de un cuestionario enriquecido con la observación visual por parte del investigador (Cuadro 26).

Cuadro 26. Metodología de Análisis

Autor	Metodología propuesta
Wong en (Lew et al., 2004)	La encuesta es una herramienta útil para medir las percepciones no solo de los usuarios sino de la propia administración a fin de analizar los problemas e impactos positivos causados por la actividad turística
Cole en (Ritchie et al., 2005)	El rol del “participante completo” ayuda al investigador a integrarse dentro del flujo de la demanda manteniendo la investigación oculta. Esta técnica implica intentar comprender los significados de las acciones de un grupo concreto. La observación participante es un método apropiado para la investigación de las interacciones personales.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Lew et al., 2004; Ritchie et al., 2005).

La estructura de la encuesta viene dada por lo establecido en el apartado anterior.³⁶ Se han trazado cinco bloques principales: el perfil, el gasto, la valoración de los recursos, el grado de masificación y consideraciones globales. En el primer bloque es importante definir los principales perfiles de la demanda que estructuran el flujo turístico local. La diversidad de la planta alojativa (entre la oferta reglada y la segunda residencia) nos da a entender que existe una demanda diversificada con un consumo propio (Baños et al., 2010). Estos perfiles presentan un gasto monetario cuyo análisis es importante a fin de estimar el gasto medio realizado (Valdés et al., 2010). La valoración, por parte de la demanda, de los diferentes espacios, productos y factores, nos ayuda a visualizar los puntos fuertes y débiles del destino, permitiendo de esta manera asegurar las ventajas comparativas y corregir los aspectos necesarios (Vera & Dávila, 1995). Y, por último, el grado de masificación y las consideraciones globales permiten mostrar la situación actual en cuanto a la calidad de acogida del destino.

Esta metodología nos permite mostrar en el punto que se encuentra el destino, no obstante carece del histórico que pueda mostrar las causas de los impactos acumulativos (Díaz & Gutiérrez, 2010). Finalmente se han realizado un total de 902 encuestas entre los meses de noviembre del 2017 y octubre del 2018. La encuesta se dirigía a visitantes y residentes no censados en el municipio. Para minimizar los sesgos, la encuesta fue realizada siempre por el investigador en espacios públicos, priorizando tres localizaciones: Faro de Fisterra, Playa de Langosteira y Museo de la Pesca de Fisterra.³⁷

³⁶ El cuestionario completo puede consultarse en el Anexo III.

³⁷ En el muestreo *no probabilístico* se excluye la aleatoriedad utilizando una serie de criterios establecidos para conseguir unos objetivos (muestreo de conveniencia). Entre sus ventajas se destacan los bajos costes y la facilidad operativa, y su desventaja más importante es que no se pueden realizar

El visitante es el perfil más reacio a colaborar con la investigación. Ese fenómeno, en parte, está justificado por una importante presencia de relaciones públicas de establecimientos turísticos, cuyos servicios no siempre agradan al visitante. Por ello, el visitante tiende a confundir al investigador con el representante de una empresa privada, evitando de este modo ser encuestado. Con el fin de captar al mayor número de perfiles de visitantes posibles, el proceso de recogida de datos ha abarcado todos los meses del año. No se han detectado dificultades relevantes a la hora de recoger los datos. No se ha observado, en toda la muestra, ningún caso de no respuesta.

4.3. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN FISTERRA

4.3.1 Caracterización de los diferentes perfiles del visitante de Fisterra

Los resultados de la encuesta han proporcionado una visualización más clara sobre la tipología del flujo de la demanda que hay detrás del modelo turístico de Fisterra. La demanda analizada ha sido dividida en cinco subgrupos atendiendo a una clasificación estándar en función de la duración de la estancia en el destino y el tipo de alojamiento elegido, pero incluyendo un perfil adicional vinculado a uno de los productos estrella del municipio, el Camino de Santiago.

En primer lugar, por lo tanto, consideramos al subgrupo de los peregrinos. La condición indispensable de este tipo de perfil es que tanto su motivación de visita (peregrinación) como la tipología de acceso (a pie, bici o caballo) han de coincidir. El segundo perfil a

afirmaciones con rigor estadístico sobre la población, ya que el investigador elige cuáles son los entrevistados de una manera no aleatoria (Martínez, 2006).

remarcar es el de turista “*tradicional*”. Visitante que pernocta al menos una noche en un alojamiento turístico reglado. El tercer subgrupo está representando por el segundo residente (“*turista residencial*”), individuos o grupos de personas que pasan al menos una noche en una vivienda propia. También cabe añadir el perfil de los excursionistas, visitantes que no pernoctan en el municipio. Por último, el análisis descriptivo de la encuesta realizada, nos permite identificar un quinto subgrupo (denominado como Otros) que se constituye por perfiles de turistas (diferentes al tradicional) que han escogido las opciones de pernoctaciones alternativas (acampada, auto caravana, casa de amigos, vivac, etc).

Los datos presentados en el (Cuadro 27) muestran la distribución mensual de cada subgrupo obtenida a partir de la información de la encuesta.³⁸ En vista de los resultados, el turista no llega a una cuota suficientemente alta como para ser el perfil dominante del flujo turístico local, aunque en algunos meses concretos suponga más del 50% del total. Sumando a los turistas, el conjunto de los peregrinos, se alcanzaría aproximadamente el 80% del flujo total, aunque con diferencias significativas por meses. Este porcentaje si es suficientemente representativo a la hora de definir un modelo turístico a través de la demanda. También se puede observar que los excursionistas, en algunos meses, representan la quinta parte de la demanda total. Por último, el segundo residente apenas tiene peso, a excepción del mes de agosto donde alcanza la cuota más alta. Por lo tanto, un primer resultado significativo es que la distribución de

³⁸ Se trata de una estimación en base a una población muestral (procedimiento de entrevista de conveniencia), ya pero no sabemos cuál es la población visitante real y mucho menos su distribución por colectivos. Sin embargo, realizar la encuesta aproximadamente a la misma hora en las mismas localizaciones (las cuales son visitadas por todos los perfiles), puede reducir el sesgo existente en las respuestas obtenidas en relación a la distribución de los visitantes por perfil.

perfiles es estacional, lo que facilita la especialización de los servicios turísticos en función del periodo del año, y podría utilizarse para luchar contra la elevada estacionalidad existente actualmente.

Cuadro 27. Metodología Distribución proporcional de la demanda turística de Fisterra (noviembre 2017 - septiembre 2018)

	Peregrinos	Turistas	Excursionistas	Segundo residente	Otros
Noviembre 2017	47%	24%	20%	2%	9%
Diciembre 2017	37%	42%	11%	3%	8%
Semana Santa Abril 2018	17%	66%	17%	0%	0%
Mayo 2018	49%	36%	11%	3%	5%
Junio 2018	41%	43%	9%	5%	5%
Julio 2018	19%	47%	21%	3%	9%
Agosto 2018	30%	37%	20%	7%	6%
Septiembre 2018	32%	51%	9%	2%	7%

Fuente: Elaboración propia.

Para perfilar mejor el comportamiento de los subgrupos se ha proporcionado otro tipo de información como: acceso al destino, acompañantes del viajero, estancia media y gasto.

Tipología de acompañante

En primer lugar (Cuadro 28), debemos destacar en Fisterra la importante presencia de visitantes que no vienen acompañados (casi una cuarta parte de la demanda). El 80% de los visitantes individuales son o peregrinos o visitantes vinculados al subgrupo de Otros.

Cuadro 28. Formato del viajero según tipología de acompañante

	Solo	Pareja	Familiares	Amigos
Total	24%	38%	21%	18%
Peregrinos	54%	13%	7%	26%
Turistas	7%	57%	23%	13%
Excursionistas	8%	48%	29%	17%
Segundo residente	3%	29%	59%	9%
Otros	25%	38%	28%	9%

Fuente: Elaboración propia.

Medio de Transporte

En cuanto a los medios de transporte utilizados (Cuadro 29) destacar el importante uso del servicio del transporte supramunicipal por parte de los peregrinos, que lo utilizan como medio complementario.³⁹ Otro de los hechos a destacar es que los peregrinos no disponen de transporte propio para abarcar mayor itinerario cultural, limitándose así su capacidad de aprovechamiento de otros productos turísticos locales sino existen alternativas de transporte. Por último, también es relevante el número de turistas y excursionistas que utilizan como medio de transporte un vehículo alquilado, lo que en parte está reflejando la llegada a Fisterra de turistas con orígenes lejanos y que han utilizado el avión como medio de llegada a Galicia, para luego alquilar un vehículo para poder llegar a su destino, o para realizar excursiones a lo largo de toda la geografía gallega.

³⁹ Cabe destacar (y según las observaciones presenciales del investigador) que dicha línea de transporte es también muy utilizada por la población local. En el capítulo posterior se podrá comprobar si el masivo uso del transporte de línea por parte de los visitantes condiciona o limita las necesidades de la población local.

Cuadro 29. Medios de transporte usados por los subgrupos de demanda.

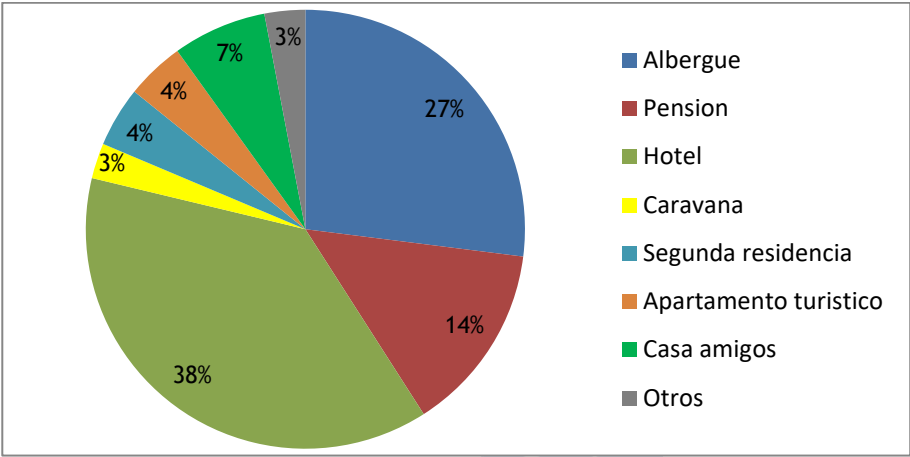
	Total	Peregrinos	Turistas	Excursionistas	Segundo Residente	Otros
A Pie	35%	100%	2%	6%		
Autostop	2%	7%	0%	1%		
Bus de línea	25%	56%	7%	16%		
Bus privados	3%	1%	1%	14%		
Coche propio	44%	1%	66%	55%	100%	69%
Coche alquilado	11%	1%	21%	10%		6%
App transporte	4%	8%	2%	2%		6%
Taxi	3%	7%	1%	0%		

Fuente: Elaboración propia

Tipología de alojamiento

En relación a la tipología de alojamiento, el Gráfico 20 muestra el peso de cada tipología de alojamiento. Podemos comprobar el predominio del Hotel (38%) aunque la suma de los Albergues y Pensiones lo superan (41%). Por lo tanto, podemos afirmar que los alojamientos de inferior categoría siguen siendo los preferidos de la demanda. Teniendo cuenta que las plazas de los hoteles constituyen el 34% de toda la planta alojativa local, los resultados presentados confirman la distribución de plazas, lo que podría interpretarse con cierta igualdad en la tasa de ocupación, aunque algo inferior en los albergues que con el 37% de la oferta acumulan el 27% de la demanda declarada. Las plazas vinculadas a las pensiones (un 17% de la totalidad de la planta alojativa) sin embargo parece tener un comportamiento similar al de los Hoteles.

Gráfico 20: Tipología de alojamiento escogido por la demanda turística



Fuente: Elaboración propia.

La distribución de los cinco subgrupos predefinidos entre las diferentes tipologías de alojamiento es bastante evidente (Cuadro 30). Mientras la preferencia de alojamiento de los peregrinos se apoya en el binomio albergue-pensión (un 79% de la demanda) los turistas tradicionales, a su vez, deciden a favor de los hoteles (un 70%).

Cuadro 30. Alojamiento escogido según el subgrupo de la demanda

	Peregrinos	Turistas	Segundo Residente	Otros
Albergue	62%	7%	-	-
Pensión	17%	15%	-	-
Hotel	12%	70%	-	-
Caravana	-	-	-	31%
Segunda residencia	-	-	100%	-
Apartamento turístico	0,3%	8%	-	-
Casa amigos	5%	-	-	59%
Otros	6%	-	-	10%

Fuente: Elaboración propia.

Por supuesto, la estancia media es diferente para cada uno de los perfiles y para cada tipo de alojamiento. En el Cuadro 31 se presenta información sobre la estancia media, la moda y la mediana de cada tipo de alojamiento, para cada subgrupo de la demanda.

Cuadro 31. Estancia media según subgrupo de la demanda

Promedio noches Moda Mediana	Total	Peregrinos	Turistas	Segundo Residente	Otros
General	3,5	2,7	2,9	7,6	6
	1	1	1	2	2
	2	1	2	5	3
Albergue	2,5	2,2	4,5	-	-
	1	1	1	-	-
	1	1	2	-	-
Pensión	1,8	1,5	2,1	-	-
	1	1	2	-	-
	2	1	2	-	-
Hotel	2,4	2,1	2,5	-	-
	1	1	1	-	-
	2	2	2	-	-
Caravana	5,3	-	-	-	5
	3	-	-	-	3
	3,5	-	-	-	3,5
Segunda residencia	8,5	-	-	7,6	
	2	-	-	2	
	5,5	-	-	5	
Apartamento turístico	6	-	6	-	
	7	-	7	-	
	6	-	6	-	
Casa amigos	6,3	6	-	-	6
	2	5	-	-	2
	4	5	-	-	3
Otros	13	15	-	-	6
	1	5	-	-	0
	5	5	-	-	4,5

Fuente: Elaboración propia.

Para interpretar mejor los datos es preciso marcar los umbrales de referencia para realizar la comparativa. Según el IGE (2017) la estancia media a nivel nacional fue de 3,28 noches en establecimientos hoteleros y 6,17 noches en apartamentos turísticos. A nivel gallego el marcador se sitúa de la siguiente manera: 1,96 en negocios hoteleros y 3,35 en apartamentos. De esta manera podríamos afirmar que la estancia media de Fisterra, está acorde con el umbral gallego (si tenemos en cuenta la suma de medias de alojamientos reglados) y por debajo del dato nacional. Destacar, como parece lógico, que la estancia media del peregrino está por debajo la del turista, y solo supera a este, si se vincula a un alojamiento no reglado.

Nivel y distribución del gasto

La agrupación en los cinco grupos indicados es claramente positiva para analizar el impacto del consumo turístico, ya que como se muestra en el Cuadro 32, las diferencias en el gasto medio diario son muy significativas y coherentes con otros estudios que analizan el gasto medio de los visitantes y turistas.

Cuadro 32. Distribución del gasto medio diario según subgrupo de la demanda (en euros) y el porcentaje de usuarios

	Total	Peregrinos	Turistas	Excursionistas	Segundo Residente	Otros
General	52	39,4	77	32	38	26
Alojamiento	27	14	34	-	-	14
	67%	81%	96%	-	-	8%
Restauración	32	24	39	31	27	22
	85%	79%	93%	85%	85%	75%
Alimentación	9	8	9	12	14	9
	32%	45%	21%	8%	94%	55%
Comercio	10	7	11	9	-	9
	16%	9%	20%	24%	3%	11%
Entretenimiento	4€	6€	5	2	6	6
	17%	9%	19%	26%	12%	22%

Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, el subgrupo de los turistas cumple con lo establecido por los umbrales marcados por las encuestas de gasto del INE (Cuadro 33). No obstante, los turistas vinculados a los alojamientos de menor categoría (albergues y pensiones) estimamos que realizan un gasto por debajo de la media establecida. En el caso del subgrupo de los peregrinos el panorama es más bien distinto. Si tenemos en cuenta que este subgrupo representa a una tercera parte de la demanda total y que su gasto medio se sitúa en 39,4€ podríamos afirmar que este porcentaje de la demanda no realiza el gasto esperado y, por lo tanto, podría comprometer la viabilidad de negocios orientados a la actividad turística. No es lo mismo proyectar un gasto promedio de 77 euros, que la media real de gasto diario se situó en 52 euros por el elevado peso de los peregrinos en el total de visitantes.

Cuadro 33. Lugar de procedencia de cada subgrupo y su respectivo gasto medio diario

	Peregrinos	Turistas	Excursionistas	Segundo Residente	Otros
Gallegos	1%	19% / 74€	30% / 31€	59% / 39€	30% / 25€
Nacionales no gallegos	36% / 43€	52% / 81€	45% / 33 €	35% / 34€	45% / 31€
Extranjeros	53% / 37€	30% / 71 €	25 % / 30€	6% / 55€	25% / 21€
Albergue	31€	34€	-	-	
Pensión	52€	64€	-	-	
Hotel	91€	87€	-	-	
Gasto medio diario turista nacional (INE 2017)			75€* (turista vinculado al alojamiento reglado)		
Gasto medio diario turista extranjero (INE2017)				70€	
Gasto medio diario peregrino. Plan director camino de Santiago 2015-2021				44€	

Fuente: Elaboración propia.

4.3.2. Valoración de los recursos turísticos a través de la percepción de la demanda

El estado de conservación de los principales recursos turísticos marca la diferencia a la hora de alcanzar las altas cuotas de competitividad del destino. En este caso se analizan dichos recursos a través de la percepción del flujo turístico actual (Cuadro 34). Tras la recopilación de los resultados se puede apreciar, desde un enfoque global, que las principales deficiencias se atribuyen al estado arquitectónico del municipio y su inventario urbano. Por otro lado, existe una significativa carencia de información turística, lo que frena de manera considerable la vinculación entre la oferta y la demanda. En las últimas posiciones nos encontramos con los productos y servicios vinculados al ocio nocturno que se llevan la peor nota.

Cuadro 34. Valoraciones de diferentes factores por subgrupos de la demanda

	General	Peregrinos	Turistas	Excursionistas	Segundo residente	Otros
Amabilidad residentes	4,3	4,3	4,4	4,2	3,7	4,3
Alojamiento	4,2	3,4	4,2	-	-	-
Estado playas	4,4	4,3	4,1	3,5	4	4,2
Faro	4,1	4	3,6	3,4	3,4	4
Paisaje	4,6	4,5	4,6	4,3	4,5	4,4
Arquitectura Urbanismo	3,6	3,6	3,4	3,3	2,7	3,6
Ocio nocturno	2,9	3,2	2,7	3	2	3,5
Restaurantes	4,3	3,8	4,1	3,5	4,1	4
Convivencia Con peregrinos	4,2	4,3	3,4	4,4	2,8	4,1
Información turística	3,7	3,8	3,5	3,3	3,6	3,7

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos

Si se analizan los mismos parámetros por subgrupo de la demanda se obtienen diferencias apreciables que quedarían diluidas en el análisis conjunto. Por ejemplo, en el caso de los peregrinos, el alojamiento es uno de los factores sujeto a la crítica. Teniendo en cuenta que la tipología de alojamiento preferida de este subgrupo es el albergue, se puede afirmar que los servicios ofrecidos por estos son más que mejorables. Lo mismo sucede con los establecimientos de restauración, cuya oferta no convence a los peregrinos.

En el subgrupo de los turistas nos encontramos un perfil con unas valoraciones muy exigentes. A parte de proporcionar una baja calificación del recurso más importante del destino (el Faro), también, y por primera vez, nos encontramos con los indicios de saturación de la capacidad de carga social. Según las respuestas recogidas, tanto los turistas como los segundos residentes son muy sensibles a la afluencia de peregrinos, lo que rebaja considerablemente su nota global en relación a la calidad de destino. La importancia de las valoraciones de este perfil reside, principalmente, en el alto gasto que ofrece este subgrupo.

En el caso de los excursionistas, los aspectos a mejorar son el estado de las playas y la información turística. Estamos ante un perfil bastante crítico con los recursos locales, a pesar de la corta estancia de la visita. Pero es el usuario de segunda residencia (turista residencial) el perfil más crítico de todos. En primer lugar, es el que pone en evidencia el mal estado de la zona de faro, haciendo una de las valoraciones más bajas. El otro aspecto de importancia, es que, junto al subgrupo del turista, el segundo residente tiene una moderada tolerancia a la presencia de los peregrinos. Y, por último, la nota más baja se vincula al ocio nocturno.

Con el objetivo de aportar información adicional que permita confirmar y/o matizar las valoraciones obtenidas por los distintos recursos turísticos de Fisterra, la encuesta realizada incluía un último apartado de observaciones y sugerencias en formato de respuestas abiertas. Los resultados expuestos (Cuadro 35) revalidan muchos aspectos mencionados en las valoraciones anteriores. Haciendo una síntesis general se puede destacar varios aspectos a mejorar.

Cuadro 35. Observaciones del estado de los recursos locales por subgrupos

Observaciones más repetidas	
Peregrinos	Alto precio del alojamiento. Sin opción de acampada. Pocos recursos turísticos a excepción del faro. No hay actividades específicas para peregrinos.
Turistas	Escasas actividades turísticas Perros sueltos Nula o escasa señalización Feísmo arquitectónico
Excursionistas	Nula o escasa señalización Faro saturado Feísmo arquitectónico
Segundo residente	Alta masificación turística Masificación automovilística
Otros	Muchos peregrinos. Nula o escasa señalización Faro descuidado

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Los peregrinos sugieren que debería incorporarse a la oferta alojativa una zona de acampada a la vez que proponen una disminución del precio actual de los alojamientos (por eso solicitan tener opciones de menor precio). De la misma manera al peregrino le preocupa la escasez de actividades y productos turísticos. En este punto cabe destacar, algo que ya se ha mencionado con anterioridad, y es que el aprovechamiento de los productos turísticos locales, por parte de los peregrinos, está condicionado por la ausencia de un medio

de transporte propio. Dicho de otra manera, los casi 30 km² que ocupa el municipio son difícilmente visitables a pie con la dificultad añadida de que la mayoría de los alojamientos se concentran en el mismo punto.

Los restantes subgrupos coinciden y reiteran muchas de las críticas ya conocidas. Aspectos como el feísmo arquitectónico, animales sueltos, mal estado de conservación del faro y escasa señalización, son el principal Talón de Aquiles del destino. Cabe destacar que el segundo residente insiste en transmitir su postura sobre una masificación tanto turística como automovilística. La explicación lógica a esta respuesta reside en que principalmente la estancia en Fisterra del segundo residente se concentra durante el mes de agosto, época de máxima afluencia turística local.

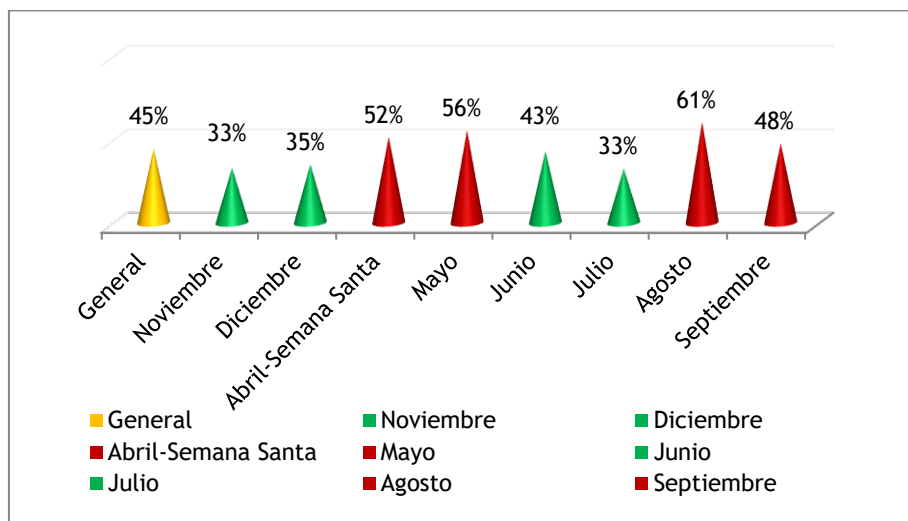
4.3.3. Masificación turística del destino según la percepción de la demanda

El apartado de la encuesta encargado dirigido a analizar la existencia de masificación turística en el destino arroja unos datos preocupantes. A pesar de ser un destino emergente, un 45% de la demanda percibe masificación turística.⁴⁰ Curiosamente los meses de masificación percibida no solo se vinculan a la temporada estival (Grafico 21), aunque por supuesto es en agosto donde esta percepción

⁴⁰ Según Shelby y Heberlein (1986) “la capacidad de carga se ha excedido cuando más de dos tercios de los visitantes se sienten masificados. Si hay menos de un tercio que percibe la masificación, el área probablemente está por debajo de la capacidad de carga. Cuando la percepción de la masificación está entre estos dos umbrales, ninguna determinación se puede hacer con esta regla.” Según este criterio, Fisterra estaría en esta última situación, pero muy cerca de la saturación en el mes de agosto. La situación del Faro en relación a la saturación es muy delicada, ya que teniendo en cuenta todo el periodo de análisis el 60% de los visitantes perciben saturación en ese punto (Cuadro 36).

es claramente más elevada. Este resultado incide en el carácter subjetivo de la percepción de saturación. Con el mismo nivel de usuarios, cada individuo puede formar una opinión muy diferente en relación a la percepción de masificación.

Gráfico 21: Proporción de la demanda que percibe masificación turística



Fuente: Elaboración propia.

A fin de realizar una visión más específica de cómo la masificación afecta a cada recurso por separado (Cuadro 36), se ha realizado una desagregación por subgrupos y tipología de recurso. En términos generales, el Faro es el espacio más masificado según la demanda turística local. Los espacios gastronómicos y las zonas de aparcamiento quedan son otros aspectos a controlar. Las zonas menos afectadas por la saturación turística son la playa y los comercios. Cabe subrayar que el municipio ofrece unos siete kilómetros de franja costera que brinda arenales de gran belleza. En el caso de los comercios, ya se ha visto con anterioridad que tan solo un 16% del flujo turístico tiene una interacción con el comercio local, por lo tanto,

difícilmente pueden valorar situaciones de saturación en esta dimensión.

Si se analiza la masificación desde el enfoque de cada subgrupo por separado se obtiene un cuadro más claro. Las tres cuartas partes de los peregrinos perciben el Faro como el espacio más saturado del municipio. Igual que los alojamientos, donde un 35% ha localizado una problemática a la hora de localizar una plaza afín a sus necesidades.

En el caso de los turistas, el aparcamiento es la primera necesidad a mejorar. A diferencia de los peregrinos, este perfil percibe la masificación en el Faro, pero en una menor medida (un 40%). Y, por último, una tercera parte de los turistas señalan a la masificación dentro de los espacios de restauración.

Cuadro 36. Percepción de masificación turística según subgrupo de la demanda y el espacio

	Total	Peregrino	Turista	Excursionista	Segundo residente	Otros
Alojamiento	16%	35%	9%	-		
Playa	7%	9%	4%	4%	19%	13%
Restaurantes	33%	16%	36%	31%	93%	45%
Puerto	14%	13%	13%	9%	33%	26%
Faro	57%	73%	40%	63%	37%	65%
Aparcamiento	38%	1%	65%	37%	70%	44%
Comercios	8%	6%	2%	-	44%	32%

Fuente: Elaboración propia.

Las percepciones del excursionista coinciden en mayor medida tanto con el peregrino como el turista. Dado que el Faro es el principal recurso turístico del área, normalmente es el primer punto de vista del excursionista durante su corta estancia. De esta manera casi las tres cuartas partes de este subgrupo opinan que la zona del faro esta

turísticamente saturada. De la misma manera que los turistas los excursionistas coinciden en que tanto el aparcamiento como los espacios gastronómicos requieren de cambios en la planificación y en la propia gestión para afrontar la masificación.

Igual que a la hora de valorar el estado de los recursos turísticos, el segundo residente es el perfil más sensible a la aglomeración de la demanda turística. Casi la totalidad de los segundos residentes opinan que los restaurantes locales están muy masificados. Las tres cuartas partes de este subgrupo coinciden en que los espacios de aparcamiento no son suficientes, sobre todo durante el mes de agosto dada la principal. Sin embargo, lo más sorprendente es que un 44% afirma que los comercios están afectados por la saturación turística, a pesar de su escasa reciprocidad con la demanda turística local. Debido a que el segundo residente normalmente suele ser un perfil repetidor, su moderada percepción de saturación en el Faro puede deberse a las escasas visitas por parte de este subgrupo de visitantes a este espacio turístico.

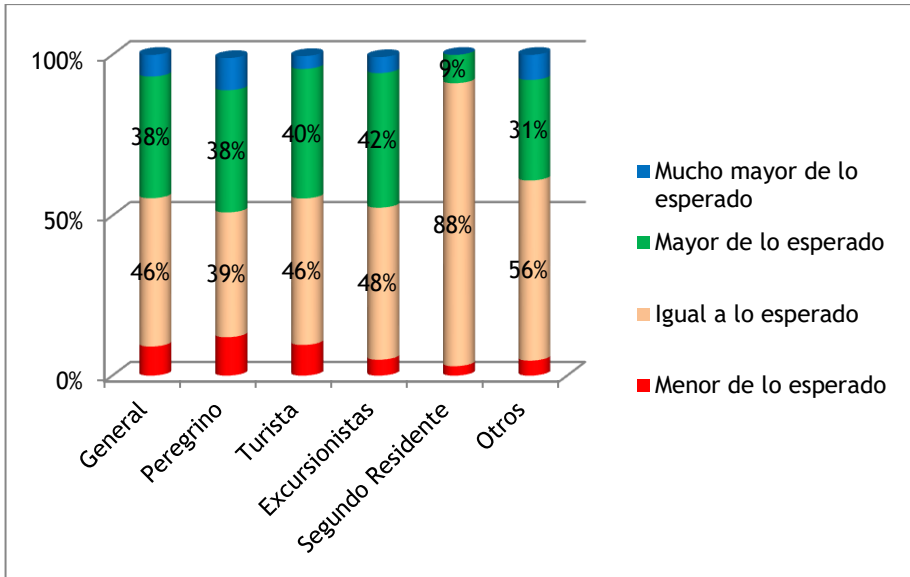
Por último, el subgrupo de los Otros ofrece unos valores similares a la media, a excepción del apartado de Comercios donde ubican la masificación por encima de la media.

4.3.4. Consideraciones generales

Visto lo anterior, y a modo de resumen, es importante realizar una revisión sobre la satisfacción general y las expectativas cumplidas que ha proporcionado el destino a la demanda. Los resultados (Grafico 22) muestran que a pesar de algunas valoraciones negativas el destino sigue cumpliendo las expectativas de la demanda. No obstante, estamos ante un caso donde las sinergias de los productos turísticos y el modelo establecido no elevan las expectativas de la demanda ni

tampoco sorprenden por ofrecer algo extraordinario fuera de lo esperado.

Gráfico 22: Valoraciones de satisfacción por subgrupo de la demanda



Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Se podría afirmar que la opinión de la demanda se divide en 2 partes proporcionales. La primera parte por debajo del umbral para superar las expectativas y el segundo grupo por encima.

A la hora de analizar las valoraciones por subgrupo se puede deducir que a excepción del segundo residente el resto de los perfiles proyecta una valoración casi simétrica. En el caso del segundo residente las expectativas disminuyen, supuestamente debido a que estamos ante un perfil mayoritariamente repetidor. Por otro lado, este subgrupo es ideal para un análisis de evolución del destino a la hora de revisar las mejoras continuas de la reestructuración del modelo actual.

Cuadro 37. Valoraciones generales y origen por subgrupos de la demanda

	Total	Peregrino	Turista	Excursionista	Segundo residente	Otros
Primera Visita	69%	80%	70%	75%	6%	39%
Recomienda el destino	96%	96%	97%	98%	82%	95%
Repetiría el viaje	89%	84%	90%	90%	100%	94%
Edad	42	37	44	45	47	38

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

A modo de resumen, las valoraciones generales (Cuadro 37) son muy positivas y optimistas a pesar de los impactos negativos mostrados anteriormente. Estamos ante un destino que cuenta con una tercera parte de la demanda que repite la experiencia. Si se matiza más este aspecto se puede observar que el turista (después del peregrino el perfil con mayor peso dentro del flujo de la demanda) es el subgrupo que más repite. Obviamente si no se tiene en cuenta al segundo residente cuyas dinámicas de visita están motivadas por la disposición de un inmueble propio.

A la hora de recomendar el destino tan solo el segundo residente se muestra más reticente a la hora de promocionar el municipio como lugar de vacaciones. Este fenómeno se justifica con la agravante percepción de masificación que notifica este perfil, que al mismo tiempo tiende a proteger la calidad de su estancia en el municipio.

4.4. DE LOS PERFILES PREDEFINIDOS A LOS PERFILES ESTIMADOS: APLICACIÓN DEL ANÁLISIS CLUSTER PARA DETERMINAR LAS TIPOLOGÍAS DE VISITANTES DE FISTERRA

Una de las consecuencias de la generalización y globalización de los desplazamientos turísticos ha sido la necesidad de los diferentes destinos de adaptarse a las necesidades de los visitantes. La mayor variedad de productos turísticos ofertados por un mismo destino unido a una tipología cada día más variada de turistas, ha supuesto la necesidad de desarrollar servicios más adaptados a los diferentes perfiles. Establecer una correcta planificación turística requiere, por tanto, conocer con detalle las necesidades y preferencias de todos los visitantes y también sus características sociodemográficas y culturales. La simple clasificación realizada en el apartado anterior no permite identificar el comportamiento de cada uno de los grupos definidos en base a dos únicas características (duración y tipo de alojamiento), con una pauta general, ya que sabemos que ni todos los peregrinos se alojan en albergues, ni todos los excursionistas comen bocadillos. Necesitamos ser capaces de clasificar al colectivo de visitantes en grupos con las máximas similitudes intragrupales que supongan, a la vez, máximas diferencias entre los conjuntos posibles, utilizando para ello la máxima información posible sobre sus preferencias y sus características personales.

Con esta segmentación se busca por un lado conocer si las diferencias socioeconómicas que puedan existir entre unos grupos y otros son significativas y por otro lado si la valoración de diferentes aspectos del destino, como la seguridad, la atención personal, el patrimonio o la cultura difiere en función del perfil. Este tipo de trabajo es fundamental para identificar la existencia de divergencias entre el perfil de visitantes de un destino y la oferta de bienes y servicios que presenta dicho destino.

Por ello, una clasificación tradicional en función de la duración y tipo de alojamiento, no permite realizar una adecuación de la oferta de bienes y servicios del destino, ya que existen importantes y significativas diferencias dentro de cada grupo. De hecho, son muchos los autores que considera que para diseñar y adecuar eficazmente la oferta turística a segmentos de visitantes particulares, un prerequisite es conocer las motivaciones de los individuos (Park et al., 2008 y Zhu 2002). Estudios más recientes, como los de Wanga & Davidson (2010) y Brida, *et al.* (2013), también encuentran que la variable "motivo de la visita al destino" afecta las decisiones sobre cuánto gastar. Otra variable significativa que contribuye a explicar el gasto y diferenciar los segmentos turísticos es la composición (tamaño y miembros) del grupo con el que viaja el visitante. Es decir, el grupo con el que viaja el visitante incide en los patrones de gasto del individuo (Long-Yi & Chen, 2009), las actividades que elige realizar y cómo las organiza (Goulias & Kim, 2005). También se ha encontrado que el número de personas en el grupo ejerce un efecto sobre el gasto turístico total (Marrocu et al., 2015; Nicolau & Más, 2005). Por último, también influye el número de visitas previas a un destino que ha realizado un turista. La literatura encuentra que existen diferencias entre las motivaciones de los visitantes habituales en comparación con las de los nuevos (Um, Chon y Ro, 2006).

El objetivo de este apartado es, por tanto, identificar los diferentes perfiles de visitantes que llegan a Fisterra utilizando toda la información disponible sobre las motivaciones y preferencias de los visitantes⁴¹, a partir de un análisis cluster. El análisis de clustering o

⁴¹ En el análisis cluster propuesto se consideran las respuestas individuales a 67 cuestiones, entre las que se incluyen, por ejemplo, el motivo del viaje (4 opciones); medio de transporte (8 opciones); tipo alojamiento (8 opciones); presupuesto por partidas (5 opciones); valoraciones del destino (10 elementos) o la percepción saturación en diferentes puntos (8 opciones).

de conglomerados forma parte de las técnicas estadísticas multivariantes. Se suele señalar también que es una técnica de aprendizaje no supervisado. Con esto se quiere indicar que no existe una variable dependiente u objetivo, al revés de lo que ocurre en el análisis de regresión, por ejemplo. Por lo tanto, no hay una variable explícita que oriente los pasos.

El objetivo del análisis cluster es separar un conjunto de datos finitos y no etiquetados (al revés que la clasificación, en donde ya se dispone de etiquetas) en subconjuntos finitos y discretos de estructuras “naturales” y ocultas de datos. De forma general, para poder determinar esas estructuras naturales intrínsecas, los miembros de dichos subconjuntos han de ser lo más parecidos posibles entre ellos y al mismo tiempo lo más distintos posible de los elementos pertenecientes a los demás grupos. Esto involucra conceptos como distancia o (dis)similitud, cuya definición exacta puede variar dependiendo del modelo elegido. No se ha de perder de vista que, al tratarse de modelos multivariantes, las técnicas de clustering arrojan resultados que dependen de patrones globales y no de caracterizaciones específicas basadas en variables individuales.

Con el tiempo se han ido desarrollando múltiples algoritmos de clustering (Jain 2010), que se han empleado en multitud de campos de investigación (Elhamifar and Vidal 2013; Gan, Ma, and Wu 2007), desde la medicina (Khanmohammadi, Adibeig, and Shanehbandy 2017) hasta los servicios industriales (Wang et al. 2016), pasando por el análisis de mercados (Huang, Tzeng, and Ong 2007) y el turismo (Arimond and Elfessi 2001). Sin embargo, unos de los mayores desafíos con los que se encuentran los algoritmos de clustering - al igual que muchas otras técnicas estadísticas y matemáticas - es el tratamiento de datos mixtos, entendiendo estos como la coexistencia en un mismo juego de datos de variables cuantitativas y cualitativas.

Para afrontar ese reto, y con el fin de evitar los sesgos e inexactitudes que supone realizar análisis de cada tipo de variables por separado, han surgido coeficientes de similitud como la denominada distancia Gower [Gower 1971] o algoritmos específicos como el empleado en este trabajo, denominado k-prototype (Huang 1997, 1998).⁴²

Como consecuencia de la aplicación de este análisis cluster⁴³ se han obtenido 6 clases o grupos diferentes.⁴⁴ De manera que dentro

⁴² El algoritmo es una integración de los algoritmos K-means y K-modes para variables numéricas y categóricas respectivamente. La disimilitud de entre dos objetos de datos mixtos X e Y que están descritos por los atributos $A_1^r, A_2^r, \dots, A_p^r, A_{p+1}^c, \dots, A_m^c$, donde el superíndice r indica que la variable es cuantitativa y el c que es cualitativa, puede ser medida mediante (Ecuación 1)

$$d_2(X, Y) = \sum_{j=1}^p (x_j - y_j)^2 + \gamma \sum_{j=p+1}^m \delta(x_j, y_j)$$

donde el primer término es la distancia euclidiana al cuadrado medida en los atributos numéricos y el segundo término es la simple medida de diferencia de coincidencia en los atributos categóricos. El factor γ es un peso destinado a impedir que se favorezca a un tipo de variables sobre la otra y depende de la desviación estándar promedio de las variables numéricas en los clústeres. Hay que señalar que si se fija ese peso a cero, el algoritmo K-prototype se transforma en el K-means (solo se aplica en las variables numéricas) y por la contra se puede ir incrementando hasta que la importancia de las variables numéricas sea prácticamente cero (con lo se comportaría como un algoritmo K-modes). Para este trabajo se mantuvo el valor obtenido según la formulación original del algoritmo.

⁴³ El método se implementó en python utilizando el algoritmo k-prototypes disponible como [open source](#). Se ha utilizado este algoritmo, porque en nuestro caso nos encontramos con una mezcla de variables numéricas y categóricas. Para estas situaciones, en vez de recurrir a emplear sucesivamente un método detrás de otro, como si fuera un refinamiento, o a la transformación de las variables categóricas en binarias según las categorías presentes, hemos optado por emplear el algoritmo k-prototypes.

⁴⁴ El número de grupos o cluster debe estimarse como parte del proceso. Una forma de estimar el valor de K es empleando el método de elbow. Se trata de representar el valor global de la función coste (o siendo más rigurosos matemáticamente el porcentaje de la varianza) frente al número de clústeres. Allí donde se produjera una caída más pronunciada se podría pensar que señala un mejor valor de k. No

de un mismo grupo se encuentran las personas con mayor similitud entre ellas y más diferenciadas con los componentes del resto de los grupos. Entre paréntesis, y a continuación del nombre de cada clase se presenta el porcentaje de personas del colectivo investigado que se encuentra clasificado dentro de cada grupo (Cuadro 38). A partir de la muestra obtenida los perfiles mas numerosos son el del Turista Clásico y el del Peregrino Aventurero. Un escalón por debajo estarían el Visitante-Excursionista, el Peregrino Moderno y el Turista Residencial. Con un peso significativamente menor, pero muy relevante en términos de gasto, cerraría esta clasificación numérica el Turista Senior.

Cuadro 38. Perfiles Visitantes Fistera (análisis cluster)

Denominación del perfil	Número	Porcentaje
Visitante-Excursionista	98	11.07
Peregrino Aventurero	228	25.76
Peregrino Moderno	118	13.33
Turista Residencial	86	9.72
Turista Senior	20	2.26
Turista Clásico	335	37.85

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

A la hora de generarse los grupos, las variables que mejor explican el modelo han resultado ser el origen de las y los visitantes, el tipo de alojamiento, el medio de transporte que utilizan para llegar a Fistera, la intención de volver por ocio, mientras que entre las que menos explican se encuentran el sexo y por un lado la valoración de las actividades menos practicadas (lúdico-festivas, asistencia a

obstante, es un resultado interpretable. En el análisis realizado, las caídas más acusadas se dan para valores de K=4 y K=6.

espectáculos etc.) y por otro la valoración de las más realizadas (relacionadas con la gastronomía, rutas turísticas etc.). A continuación, se resumen las principales características de los perfiles estimados por el análisis clúster (Cuadro 39).

Cuadro 39. Principales características de los Perfiles identificados

Etiqueta subgrupo	Principales características representativas
Peregrino Moderno	<ul style="list-style-type: none"> • Medio transporte: a pie • Medio transporte secundario: Taxi (VMAO⁴⁵) • Acompañantes: Solo o en pareja • Alojamiento preferido: Hotel • Presupuesto: Ligeramente por debajo de la media • Sensibilidad y percepción de la masificación: sensibilidad baja; percepción muy por encima de la media. • Origen: 67% extranjero • Otras características: Menos estacional que el Peregrino Aventurero
Visitante-Excursionista	<ul style="list-style-type: none"> • Medio de transporte: coche alquilado (VMAO) • Acompañantes: Amigos (VMAO) / en pareja • Alojamiento preferido: Pensión / No pernocta (VMAO) • Presupuesto: Ligeramente por encima de la media • Sensibilidad y percepción de la masificación: sensibilidad baja; percepción muy por encima de la media. • Origen: 65% nacional • Otras características: Edad por encima de la media. Gasto destacable en comercios y entretenimiento. Afluencia notable a partir del mes de mayo.
Turista Clásico	<ul style="list-style-type: none"> • Medio transporte: Vehículo propio • Acompañantes: En pareja • Alojamiento preferido: Hotel (Estancias cortas) • Presupuesto: en la media • Sensibilidad y percepción de la masificación: sensibilidad baja; percepción muy por debajo de la media. • Origen: 80% nacional • Otras características: El perfil mas repetidor. Buena afluencia en primavera y otoño.

⁴⁵ VMAO (Valor máximo observado)

Etiqueta subgrupo	Principales características representativas
Peregrino Aventurero	<ul style="list-style-type: none"> • Medio transporte: A pie (VMAO) • Medio transporte secundario: Transporte regular • Acompañantes: Solo • Alojamiento preferido: Albergue, pensión, alojamientos no reglados (Duración de la estancia muy por encima de la media) • Presupuesto: Muy por debajo de la media • Sensibilidad y percepción de la masificación: sensibilidad baja; percepción en la media • Origen: 65% extranjero • Otras características: El perfil menos estacional. Nivel de estudios muy por encima de la media. El perfil mas joven.
Turista Senior	<ul style="list-style-type: none"> • Medio transporte: Vehículo propio • Acompañantes: En pareja • Alojamiento preferido: Hotel o vivienda alquilada • Presupuesto: Muy por encima de la media (VMAO) • Sensibilidad y percepción de la masificación: sensibilidad y percepción altas • Origen: 85% nacional • Otras características: La media de edad mas alta. El más estacional (julio - agosto)
Turista Residencial	<ul style="list-style-type: none"> • Medio transporte: Vehículo propio • Acompañantes: Familia • Alojamiento preferido: Inmueble propio (Duración de la estancia muy por encima de la media) • Presupuesto: en la media • Sensibilidad y percepción de la masificación: sensibilidad y percepción altas • Origen: 93% nacional • Otras características: El perfil mas repetidor. Muy estacional (agosto - septiembre). Relación mejorable con los peregrinos

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Las ventajas de la clasificación clúster propuesta pueden intuirse, por ejemplo, a partir de la contestación a la pregunta de si su motivo principal para visitar Fisterra fue la peregrinación (Gráfico 23). Como podemos observar, el comportamiento de algunos autoclasificados como peregrinos se aleja del comportamiento medio del peregrino aventurero o del peregrino moderno y se acerca más al del visitante-excursionista. También es llamativo, que cuando se

pregunta por la motivación turística de la visita a Fisterra (Gráfico 24), esta solo tiene relevancia en la mitad de los perfiles, excluyendo a los perfiles donde se agrupan los peregrinos (algo esperable), pero también en el perfil del Turista Residencial. Este perfil, que mayoritariamente no se considera un turista (y efectivamente, no se comporta como un turista tradicional) es el más crítico con la situación actual de Fisterra. Quizás es el perfil que más nota los cambios que se producen en la estructura económica y social del destino, al no vivir el día a día, pero si repetir con elevada frecuencia sus visitas.

Gráfico 23: Motivo del viaje peregrinación por perfil

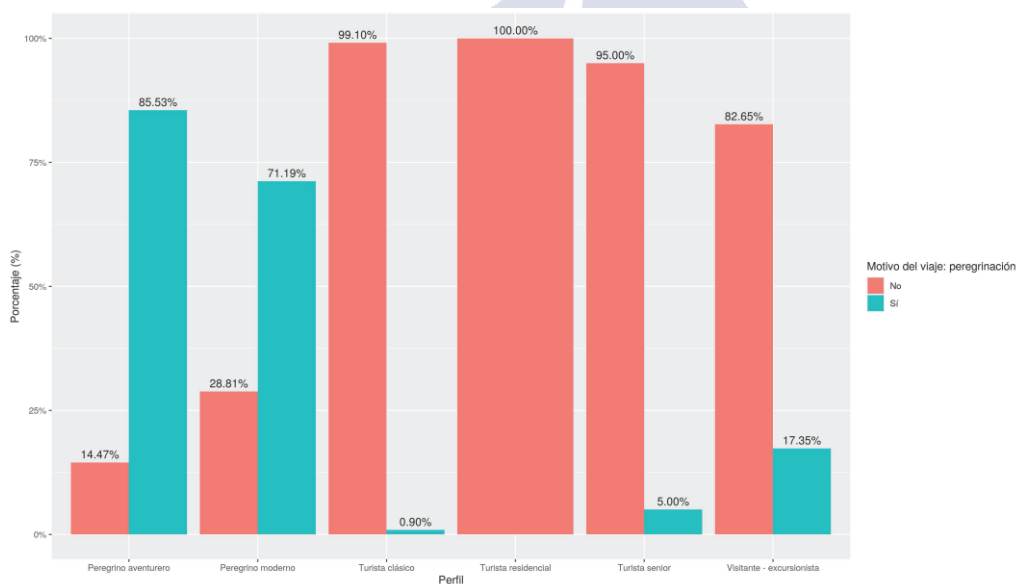
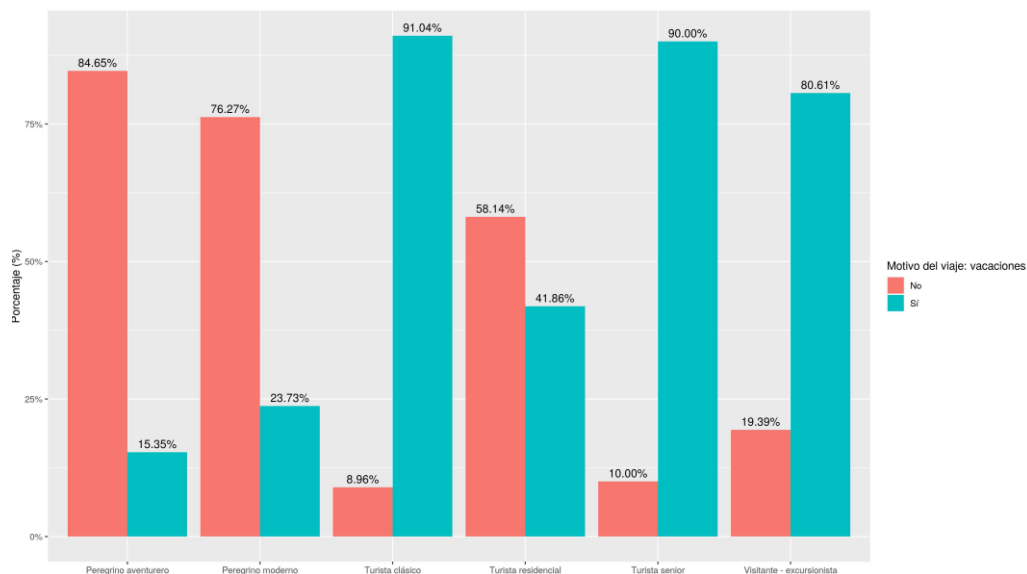


Gráfico 24: Motivo del viaje vacaciones por perfil



4.5. RESUMEN Y CONCLUSIONES

A través del análisis de la demanda, junto a los datos obtenidos del ámbito empresarial, se ha podido visualizar una fotografía detallada de los principales ejes del modelo turístico local. A pesar de que el área de estudio es un espacio relativamente limitado, se han localizado varios perfiles de usuarios cuya interacción con el territorio se diferencia entre sí. Los datos vinculados a la interacción de la demanda con el destino confirman las hipótesis iniciales sobre el posible estancamiento del modelo turístico de Fisterra (aplicando la teoría de Butler, 1980) y la necesidad de rediseño de las principales estrategias dentro de la planificación turística local.

Los principales indicios que categorizarían Fisterra, como un destino en declive, se caracterizan a través de varios factores. En primer lugar, cabría destacar un débil gasto del turista (por debajo del

umbral establecido) que amenaza la competitividad económica del destino. En este sentido, y tras un análisis mas detallado, se ha podido corroborar que unos de los productos consolidados del destino, el Camino de Santiago, arroja un gasto menor de lo esperado, dejando en evidencia el desaprovechamiento del verdadero potencial del producto. En segundo lugar, y destacando como uno de los principales factores de estancamiento en cualquier destino turístico, se observa una notable saturación turística (no solo ligada a la época estival) que pone en evidencia el sobrepaso de la capacidad de carga tanto espacial como social. Y, por último, pero no menos importante, estamos ante un modelo donde predomina un turista con predisposición hacia un alojamiento de baja categoría (principalmente albergues y hostales) y cuyas dinámicas marcan una fuerte estacionalidad reduciendo la temporada turística a un periodo de entre seis y siete meses (desde Semana Santa hasta mediados de octubre).

En resumen, Fisterra se encuentra en una bifurcación de fases ofreciendo todos los indicios de un destino en fase de estancamiento (Butler, 1980). Tanto la baja valoración de la infraestructura turística como la creciente masificación de la demanda amenazan con un posible declive del destino, cuya única contrapartida sería un rejuvenecimiento del modelo a través de una recanalización estratégica por parte de los agentes público-privados. Una de las ventajas, que aportarían mayor empuje al rediseño de las nuevas estrategias, reside en que el destino cuenta con algunos productos consolidados y unos notables recursos sin explotar. A la postre, y tras los datos obtenidos en este estudio, los gestores locales ya podrían disponer de una precisa clusterización de los perfiles distribuidos por grupos de comportamiento homogéneo, lo que a su vez facilitaría las futuras acciones de rediseño y la elaboración de nuevas herramientas de marketing turístico.

CAPÍTULO 5. LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO Y LOS IMPACTOS TURÍSTICOS A TRAVÉS DE LA POBLACIÓN RESIDENTE

5.1.- INTRODUCCIÓN

Desde la aparición de los primeras conceptualizaciones de desarrollo local como una herramienta de ajuste productivo y de mejora de nivel de vida de una comunidad concreta (Vázquez-Barquero, 2009), las actividades culturales y de ocio han ido aumentando su protagonismo dentro de las políticas y estrategias regionales de desarrollo (Abeledo et al., 2016). Y es que en el último cuarto de siglo los itinerarios culturales, a través de las actividades turísticas, se han proyectado como una parte de mecanismos responsables de fomentar la interconexión entre múltiples comunidades internacionales (Tresserras, 2005).

En el caso de los espacios rurales el turismo siempre se ha propuesto (desde la comunidad científica) como un sector auxiliar o de apoyo, capaz de hacer de soporte al resto de las actividades económicas arraigadas al territorio (Besteiro, 2006; Cánoves et al., 2005). No obstante, en la mayoría de los casos la realidad es totalmente diferente. A pesar de que la actividad turística no ha tenido mucho éxito como agente inductor en el desarrollo de los áreas rurales (Santos, 2012), la tendencia mayoritaria es seguir implantando la actividad como un pilar indispensable en la estructura económica local. Obviamente este fenómeno da pie a una mayor intervención de la comunidad anfitriona tanto a la hora de un contacto social con el visitante como a la hora de afrontar los posteriores impactos de las

visitas. Estos contactos reúnen diversas tipologías, formas y naturalezas: desde las interacciones casuales y espontaneas hasta actuaciones comerciales y largoplacistas (Sharpley, 2014).

Desde el enfoque del producto turístico se podría afirmar que tanto la participación como la actitud de la comunidad local constituyen una parte indispensable del dicho producto (Díaz & Gutiérrez, 2010), por lo tanto el éxito de un destino turístico dependerá de una manera directa de la aceptación de la población anfitriona del modelo turístico desarrollado en el área (Deery et al., 2012). Visto esto, se puede afirmar que las reacciones y las percepciones del residente se han convertido en un factor a tener en cuenta a la hora de trazar cualquier plan estratégico dentro de un destino turístico emergente (Vargas et al., 2007). No obstante, en la mayor de las veces dentro de las políticas turísticas locales se dejan de lado los procesos participativos de la población residente (Viñals et al., 2017), creando así una opacidad informativa entre la planificación administrativa y la predisposición de la comunidad anfitriona.

La planificación turística, como una herramienta de desarrollo no solo ha de procurar una participación activa de la comunidad, sino trazar unas políticas a largo plazo basadas en las mejoras de la formación y emprendimiento (Toselli, 2015). De esta manera la actitud del residente fomentara una positiva respuesta por parte del turista, y se autoproporcionará una predisposición favorable hacia el sector (Díaz & Gutiérrez, 2010); en el caso contrario si privamos al residente de un debate abierto sobre el desarrollo de la actividad, estaremos condenando al fracaso no solo la satisfacción del visitante sino la estructura turística global del destino (Lima De Moraes et al., 2014).

Vista la antesala de la planificación, es importante matizar la importancia de la sensibilidad del residente hacia los impactos

originados por la actividad desarrollada. La investigación de los impactos sociales del turismo no puede ser infravalorada, ya que es relevante entender (sobre todo para los gestores turísticos más inmediatos) como la población anfitriona elabora una respuesta hacia el turista y que momentos críticos se pueden ocasionar si no se encuentra un equilibrio entre ambas partes (Deery et al., 2012). O'Reilly, (1986) insiste en que el residente está sometido a la totalidad de los impactos vinculados a casi todos los subsistemas: social, económico, cultural y medioambiental. Mismo autor advierte de una posible insurgencia del residente en el caso de que las funciones turísticas hayan absorbido el resto de las actividades productivas locales sin crear el *feed-back* esperado. Siguiendo la misma línea de discurso, si en una comunidad se producen ciertas pérdidas vinculadas a las costumbres, los hábitos y la memoria colectiva, a raíz de la aparición de una actividad emergente (como la turística), entonces tenemos que hablar de una espontaneidad dentro de la planificación estratégica (Lima De Morais et al., 2014).

5.2.- CARACTERÍSTICAS DE LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA DE FISTERRA

Transición pesca turismo

Como ya se ha visto en los capítulos anteriores, la actividad turística, desarrollada en el territorio vinculado a este estudio, es bastante reciente. Estamos ante un caso claro donde el sector primario (en este caso el sector pesquero) ha sostenido los pilares culturales del municipio en los últimos siglos. En palabras de Besteiro (2004) se trata de un territorio caracterizado por la disminución del protagonismo de la actividad pesquera y por un progresivo proceso de envejecimiento. La transición hacia una economía terciarizada es una

fenómeno muy común y esperado (Balsa-Barreiro, 2013). Y a pesar de que un acontecimiento extraordinario (como el del naufragio del Prestige y el desastre medioambiental producido como consecuencia) haya podido minar los principales recursos naturales, a día de hoy no hay evidencias de que la catástrofe haya podido frenar el flujo turístico actual (Rey & Rodríguez, 2009).

Dado el carácter emergente de la actividad turística, aun no supone el mismo peso que el sector pesquero en la estructura económico-social. Ya que este último no solo representa a una comunidad acotada, sino que se trata de un sector insignia de toda la región (Galicia) y especialmente en Fisterra. Y es que actualmente el sector pesquero gallego es el principal productor nacional de conservas (a nivel nacional), proyectando un modelo capaz de aumentar tanto la capacidad productiva empresarial como el beneficio consecuente (Amigo & Garza, 2008). Visto esto, estamos ante una situación muy comprensible donde la transición de un sector (el pesquero) al otro (la actividad turística pueda crear algo de recelo y desconfianza).

Economía y oportunidades laborales

La desindustrialización y el turismo siempre ha sido dos fenómenos muy paralelos. En algunos destinos, donde el turismo se quiere imponer como la actividad principal, hay un elevado riesgo de disminución de protagonismo de las industrias esenciales de antaño (Copeland, 1991). En este caso la actividad turística estará sometida a una evaluación por parte de la población local, a modo de sopesar los posibles beneficios tanto económico-laborales como sociales (Ap, 1992). Desde el punto de vista económico solo un intercambio social basado en la obtención de beneficios a través del empleo e ingresos favorecerá a una mayor disposición hacia los visitantes, lo que a su

vez supone un mayor crecimiento del destino (Andriotis, 2004; Ap, 1992). No obstante, un desarrollo descontrolado de la actividad, conlleva a un turismo de baja calidad cuyos costes también son percibidos por la población (Díaz & Gutiérrez, 2010). En nuestro caso, donde el sector pesquero no solo ha sido el principal sustento del mercado laboral sino ha forjado las dinámicas sociales de la comunidad, la nueva actividad emergente (turismo) tendrá que cumplir con los mínimos establecidos por un umbral marcado por la población residente.

Despoblación y envejecimiento

Otros de los fenómenos que azotan continuamente los espacios rurales gallegos son la despoblación y el envejecimiento de la comunidad. La Costa da Morte no es una excepción, y presenta una dinámica demográfica regresiva desde la época de 1960, a pesar de estar vinculado a un espacio del litoral (Balsa-Barreiro, 2013). Las principales consecuencias que emanan de la despoblación acumulan factores tanto sociales como territoriales. En primer lugar, debido al abandono de numerosas aldeas (también en los municipios del litoral gallego) somos testigos de la desaparición de una sociedad tradicional, que tiende a fragmentarse o a desvanecerse del todo (Ferrás, 2011). Por otro lado, la continua pérdida de la mano de obra rural junto con el abandono de la actividad agrícola, están transformando la distribución parcelaria, lo que conlleva a una evolución del paisaje agrario tradicional (Calvo et al., 2011).

En el caso fisterran, tal y como se ha visto en los capítulos anteriores, el declive demográfico es más que visible. También se está produciendo una pérdida de población en la edad de trabajar y se ha ralentizado el crecimiento de la tasa de natalidad. Algunas voces de la comunidad científica (Besteiro, 2006; Cánoves et al., 2005) han

aclamado a la actividad turística como un sector capaz de invertir el proceso del declive o al menos frenarlo en la medida de lo posible. De la misma manera hay autores (Carballo et al., 2016; Cebrián & García, 2010; Jurado & Pazos-García, 2016) que defienden la actividad turística como un impulsor de las “costumbres olvidadas”, capaz de reactivar las tradiciones, la artesanía y el resto de los factores patrimoniales de la comunidad anfitriona.

La administración local y los servicios públicos

Durante las primeras etapas de la confección y planificación del modelo turístico local, la administración local se convierte en la principal gestora de la actividad. Las responsabilidades más inmediatas son: la disposición de dotaciones presupuestarias capaces de conservar el patrimonio vinculado a la actividad; definición de parámetros económicos vinculados a la creación de puesto de trabajo tanto directos como indirectos; y por último, definir unos costes o precios a fin de marcar un umbral de ingresos por encima del capital invertido (Lara de Vicente & López-Guzmán, 2004). Otro punto a tener en cuenta, por parte de la administración local, es contemplar otras fuentes financieras (no sujetas al presupuesto municipal), que permitan paliar los gastos imprevistos ocasionados por la actividad (Vallés & Zárate, 2010). En otras palabras, en el caso de que el flujo de la demanda crezca hasta el punto que limite los servicios públicos (transporte, sanidad, seguridad, alcantarillado, etc) del residente (Melgosa, 2011), la administración local tendrá que reforzar y asegurar dichos servicios.

Impulsar la participación de la comunidad local, como una parte esencial de la planificación turística del territorio, es otra de las obligaciones vinculadas directamente a la administración responsable (Palacio, 2011; Pulido & Cárdenas, 2011). Siendo la administración

un órgano representativo de la voluntad de la población, las estrategias trazadas por esta han de estimar una responsabilidad (por parte de la población) sobre las actividades turísticas programadas y las infraestructuras vinculadas (Paül et al., 2015). En un posible escenario donde la actividad ha mermado la normalidad de los ritmos cotidianos del residente, la administración ha de procurar una serie de compensaciones (Aguiló & Rosselló, 2005), a modo de paliar el malestar general.

A fin de evitar sorpresas, los procesos de participación reforzaran el acceso a la información vinculada a la actividad turística. De esta manera, y a pesar de la existencia de algunos impactos negativos, el residente tendrá una comprensión más directa de las dinámicas que ocasionan dichos impactos.

Saturación y medioambiente

Ya no es ninguna osadía afirmar que la actividad turística es un importante factor dentro de la degradación ambiental y paisajística, influyendo directamente en el atractivo de las áreas vinculadas a los recursos naturales (Callizo, 1991). Y es que la sostenibilidad de un destino solo admite el desarrollo de los servicios a una escala que no trastoque la integridad ecológica del espacio (Valaoras et al., 2002), ni tampoco repercuta en la calidad de vida de la comunidad local (Aguiló & Rosselló, 2005; Orgaz & Cañero, 2016). Desde el enfoque de Copeland (1991) las políticas turísticas locales, en la mayoría de los casos, no valoran la posibilidad de una renta adicional (dentro del gasto diario del visitante) vinculada a los recursos naturales del territorio. En otras palabras, el turista (como norma general) solo realiza una retribución monetaria dentro de las empresas locales, a pesar de disfrutar de unos espacios ambientalmente sensibles. Por lo tanto, los mecanismos de planificación han de tener en cuenta estas

cuestiones, sobre todo en aquellos destinos donde se palpa una masificación turística notable (Martínez, 2004).

Desde un enfoque más empresarial las empresas turísticas locales tienen la responsabilidad de fomentar un entorno favorable hacia unos productos económicamente rentables, socialmente aceptados y destinados a proteger los recursos ambientales (Valeri & Fadlon, 2018). En este punto es importante subrayar la mala praxis que se origina dentro del binomio público-privado, a la hora de estipular los procesos de especulación del suelo, que al principio favorecen a los propietarios rurales (Callizo, 1991), pero producen impactos negativos a largo plazo. Sobre este fenómeno Müller en (Lew et al., 2004) matiza que la población local se siente excluida al aumentarse los costes de las propiedades por una nueva demanda de segunda vivienda.

Junto a los impactos ambientales, la subida de los precios y la saturación de los servicios públicos, la comunidad local también padece cierta sensibilidad a la congestión (tanto de personas como de vehículos), como también tiende a evaluar la mejora de la oferta de bienes y servicios culturales ocasionados por la actividad turística (Aguiló & Rosselló, 2005).

5.3.- METODOLOGÍA

Antes de trazar una metodología que nos ayude a analizar las percepciones de la población local, es importante definir los principales subgrupos en los que dividir a la población residente dentro del destino que nos atañe. Sharpley (2014) propone dos subgrupos: el primero participa activamente en el intercambio económico-social con el visitante, por lo tanto, serán los primeros en ser afectados por las actitudes y los comportamientos de los turistas.

El segundo subgrupo apenas entra en contacto con el visitante y tienes menos opciones de influir en la experiencia turística de este. No obstante, el análisis de este perfil es relevante en términos de bienestar y no desde el ángulo del éxito turístico del destino.

A la hora de analizar las percepciones de la comunidad anfitriona Andriotis (2004) propone realizar una análisis multifactorial que abarque desde la respuesta generalizada hacia la actividad hasta las motivaciones de dicha respuesta. Como ya se apuntó en los apartados anteriores, los diferentes factores han de agrupar cuestiones de interés que engloban la vida cotidiana del residente: empleo, valores demográficos, servicios públicos, artesanía, agricultura, los beneficios sociales y culturales, el patrimonio, los impactos ecológicos, gestión pública del destino, masificación, etc. (Barkauskas et al., 2015). Por otro lado, el análisis permite localizar aquellos ítems a mejorar que se oponen al correcto desarrollo de la actividad, permitiendo así minimizar los impactos negativos (Williams & Lawson, 2001).

En línea con las propuestas anteriores, se propone la obtención de información primaria a través de una encuesta de satisfacción a la población residente. Pero antes de nada es importante subrayar la fase anterior de la encuesta, basada principalmente en la elaboración de unos apuntes a raíz del diario del investigador y la observación participante (Cuadro 39).

Cuadro 40. Aportaciones de propuestas metodológicas complementarias

Autor	Propuesta metodológica vinculante
(Prats, 2003)	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de observación - Entrevistas informales
(Ritchie et al., 2005)	<ul style="list-style-type: none"> - No se admite la influencia por parte de agentes público-privados
Cole en (Ritchie et al., 2005)	<ul style="list-style-type: none"> - Diario del investigador y observación participante como la antesala de la encuesta - Formato de conversación a fin de evitar la timidez de los encuestados y las respuestas de conformidad

Fuente: IGE. Elaboración propia.

La estructura de la encuesta elaborada tiene por objetivo recoger la percepción de los residentes respecto a los impactos, tanto positivos como negativos, en las dimensiones económica, sociocultural y medioambiental, así como la percepción de la repercusión que esto tiene en el desarrollo de su ayuntamiento y en su propio nivel de bienestar. El cuestionario está dividido en dos partes. La primera parte invita al encuestado a señalar tres aspectos o problemas más preocupantes en el municipio, desde el punto de vista del residente. La segunda parte, la más extensa, tiene un enfoque más vinculado a la actividad turística y las transformaciones originadas a raíz de ella. Este apartado está constituido por cuatro bloques diferentes que engloban las percepciones sobre diferentes aspectos: económicos, socioculturales, ambientales y globales (Cuadro 40). Los valores de este bloque están medidos mediante una escala tipo Likert. Los contenidos de las preguntas se formulan como una afirmación. El formato de la respuesta se basa en un valor numérico (del 1-5, donde el 1 representa el máximo grado de desacuerdo y el 5 el máximo grado de acuerdo).⁴⁶

⁴⁶ El cuestionario completo puede consultarse en el anexo IV.

Cuadro 41. Dimensiones del impacto percibido

I. PERCEPCIÓN ECONÓMICA	II. PERCEPCIÓN SOCIOCULTURAL
<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos - Oportunidades laborales - Comercio - Precios - Principal actividad económica 	<ul style="list-style-type: none"> - Servicios sanitarios - Servicios culturales - Transporte - Conservación del patrimonio - Impacto demográfico
III. PERCEPCIÓN AMBIENTAL	IV. PERCEPCIÓN GLOBAL
<ul style="list-style-type: none"> - Paisaje - Movilidad - Conservación urbana - Residuos y contaminación - Infraestructuras básicas 	<ul style="list-style-type: none"> - Evolución del ayuntamiento - Evolución del bienestar individual - Beneficios y costes globales - Gestión pública

Fuente: Elaboración propia.

El universo objeto de estudio es la población mayor de edad residente en el municipio de Fisterra. Para el cálculo del tamaño de la muestra se tiene en cuenta la información disponible en el Padrón Municipal de Habitantes del año 2017 publicados por el Instituto Nacional de Estadística.⁴⁷ La muestra está estratificada por grandes grupos de edad y por localización de la residencia (parroquia), y el criterio de afijación es proporcional, es decir, el reparto de los elementos entre los estratos de la muestra se realiza siguiendo la misma proporción en que se presentan en la población objeto de estudio. A continuación (Cuadro 41), describe la muestra diseñada siendo representativa de los habitantes de diferentes parroquias y de perfiles de distintas edades.

⁴⁷ Tamaño de la muestra (poblaciones finitas): $n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$.

Cuadro 42. Distribución de los encuestados por parroquia y grupo de edad

Parroquias de Fisterra	Población Censada	Encuestas realizadas	Población de Fisterra por grupos de edad		Encuestas realizadas
Santa María de Fisterra	2828	120	16-44	1607	75
San Martiño	773	31	45-64	1455	68
Sardiñeiro	761	30	65-85	1187	50
Duio	318	12			
Total	4734	193	Total	4249	193

Fuente: IGE. Elaboración propia.

La razón para segmentar la muestra en función de la localización de la residencia viene motivada porque para el análisis es relevante determinar en qué medida la mayor proximidad a las zonas del municipio de mayor actividad afectan a la percepción de los residentes (Sharpley, 2014). Al no disponer de información previa, la estimación del tamaño de la muestra se realiza tomando $p=q=0,5$ dado que estos valores para la proporción maximizan el tamaño de la muestra y aseguran su representatividad. Se establece un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, el habitual para obtener muestras estadísticas en el ámbito de las ciencias sociales. En base a todo lo anterior, el tamaño de la muestra asciende a 193.⁴⁸

La fecha de realización de las encuestas abarco de abril a junio del año 2018. Los datos se recogieron de forma presencial utilizando una Tablet por el procedimiento de muestreo controlando parámetros de residencia y edad.⁴⁹

⁴⁸ Error máximo de muestreo (poblaciones finitas): $E_{max} = Z \cdot \sqrt{\frac{p \cdot q}{n} \cdot \frac{(N-n)}{(N-1)}}$

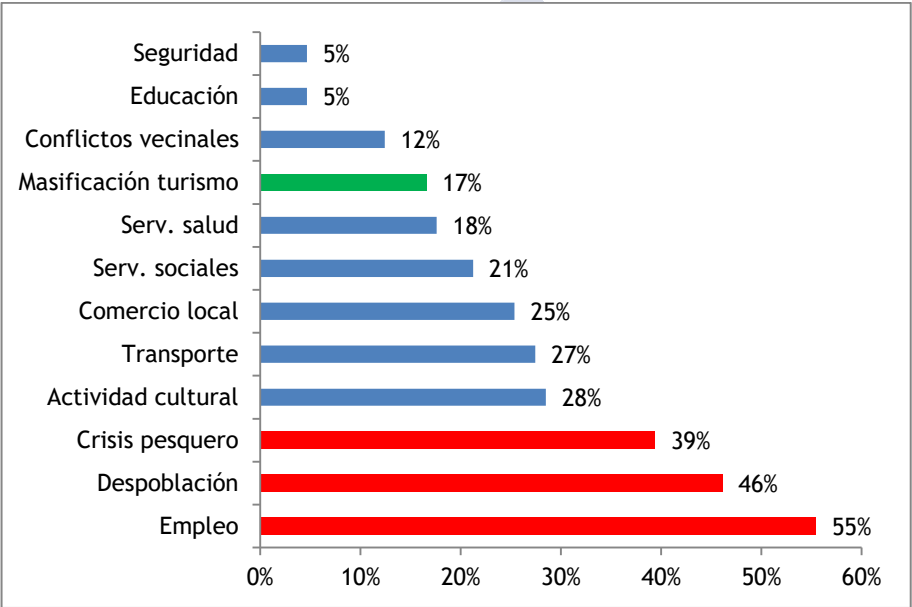
⁴⁹ El proceso se ha desarrollado buscando una atmosfera confortable para el encuestado a fin de evitar las respuestas esporádicas y lograr unos resultados mas precisos. Cabe subrayar, que la mayoría de los encuestados han sido previamente

5.4 RESULTADOS

Percepción de las principales problemáticas locales

El primer bloque de los resultados (Grafico 23) refleja un panorama bastante esclarecedor. Más de la mitad de la población subraya el factor empleo como el aspecto más preocupante, tanto por la situación actual como debido a la tendencia y la proyección del mercado laboral actual.

Gráfico 25: La percepción de las principales problemáticas del municipio



Fuente: Elaboración propia.

informados sobre el objetivo del estudio además de conocer al investigador. En algunos casos, sobre todo a la hora de encuestar a algunos perfiles de avanzada edad, se ha recurrido a una técnica de transformación de los enunciados (sin cambiar el contenido de la pregunta) para así evitar algunos tecnicismos o conceptos desconocidos para dichos perfiles. No se ha observado, en toda la muestra, ningún caso de no respuesta.

La elevada preocupación por el empleo está íntimamente relacionada con la preocupación detectada (casi un 40% de la población) por la reciente crisis pesquera y la reducción de puestos de trabajo vinculados a este sector. Teniendo en cuenta estos dos apuntes, se podría afirmar que se percibe una cierta añoranza hacia las dinámicas laborales que ha marcado el sector pesquero en el pasado. También cabe añadir que los sectores económicos emergentes aún no han transmitido suficiente confianza, durante su implementación, como nuevo eje económico del municipio. Por último, los datos estadísticos que muestran un declive demográfico no pasan desapercibidos y son percibidos por la población. Casi la mitad de los encuestados resalta la despoblación como uno de los problemas más relevantes del municipio.

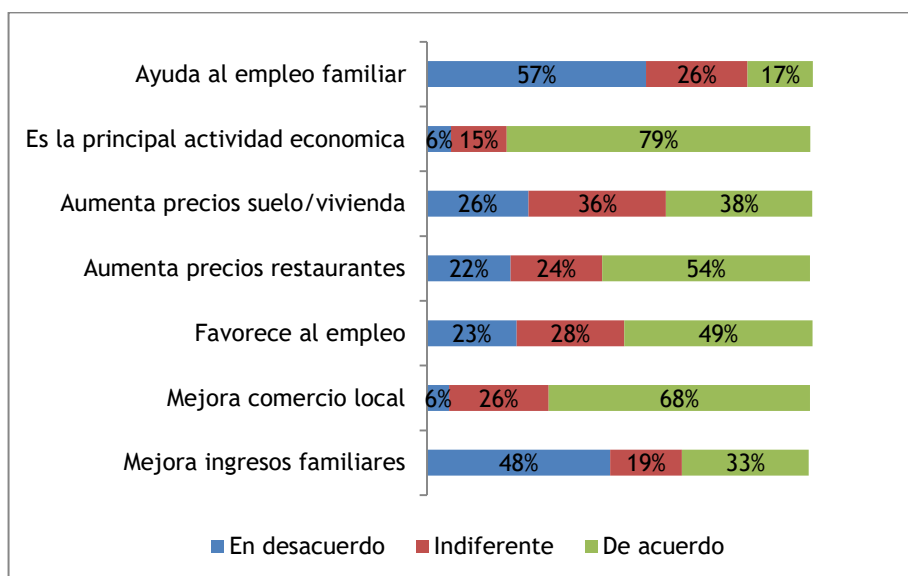
La percepción derivada de los aspectos económicos

Para una comprensión más nítida de los resultados es importante subrayar el contexto de los enunciados. A fin de evitar una discordancia a la hora de interpretar las respuestas hemos de dividir los enunciados en dos grupos: el generalista y el individual. Por ejemplo, en el caso del enunciado: El turismo favorece al empleo. Estamos ante un enunciado generalista donde el encuestado visualiza el turismo como una actividad global y no una actividad localmente localizada que afecta a su propia economía familiar.

Matizado lo anterior, pasamos a analizar dos enunciados generalistas. Según los resultados (Grafico 24) casi la mitad de la población opina que el turismo es una actividad, que como norma general, favorece al empleo. Y casi un 70% percibe que también, si se gestiona de la manera adecuada, mejora el comercio local. Ahora bien, la posible, pero justificable paradoja surge cuando el enunciado se enfoca en el ámbito más personal. De esta manera, tal y como está planteado el modelo turístico local, más de la mitad de la población fisterrana no percibe una mejora laboral sustantiva ni un aumento de

los ingresos en el ámbito familiar. A la hora de analizar una posible subida del suelo, provocada por la especulación del mismo, la opinión de la comunidad está dividida sin llegar a un consenso representativo. No obstante, más de la mitad de la población percibe una subida de costes en los espacios gastronómicos locales.

Gráfico 26: La percepción de los diferentes factores del bloque económico



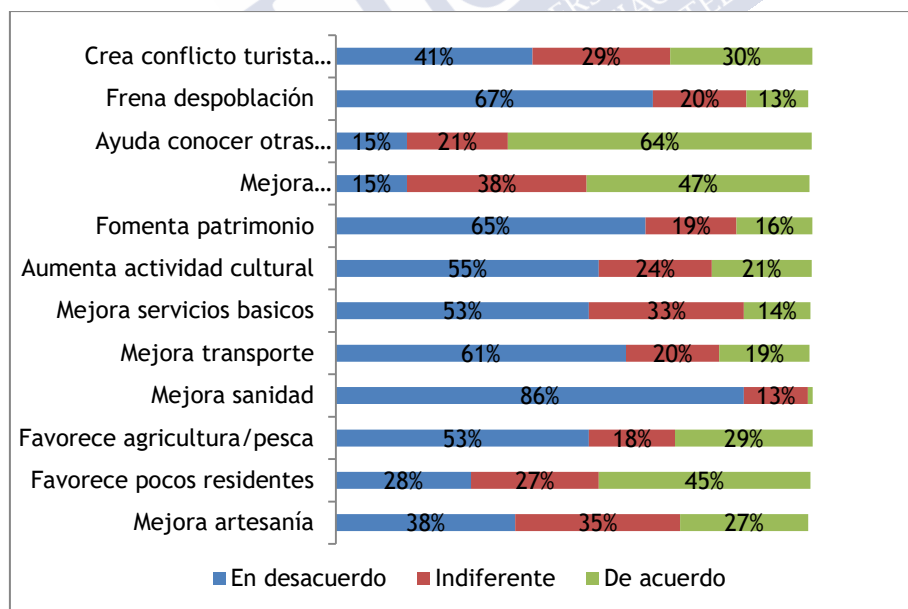
Fuente: Elaboración propia.

Por último, a pesar del carácter emergente de la actividad turística en la localidad, parece existir una unanimidad de opinión de que el sector ya se ha convertido en la principal actividad económica del municipio. Este dato confirma una vez más el hecho de que la transición sectorial (del sector pesquero al turístico) ha completado su ciclo, y que el residente ya no percibe la pesca como el principal dinamizador de la economía local (algo que los datos administrativos del mercado laboral, afiliación a la Seguridad Social y demanda de empleo confirman como hemos visto en el capítulo 2).

La percepción derivada de los aspectos socioculturales

Los resultados de este apartado (Gráfico 25) están elaborados a través de las respuestas a enunciados de carácter individual. O sea, solo tenemos en cuenta las percepciones subjetivas del individuo. En primer lugar, cabe destacar algunos aspectos donde la actividad se percibe como un factor positivo dentro del desarrollo sociocultural del residente. Más de la mitad de los encuestados afirman que el turismo fomenta la conexión con otras culturas, lo que favorece a las relaciones interculturales. A pesar de percibir una subida de precios en los restaurantes, casi la mitad de la población afirma que el nivel de los servicios de los mismos ofrece una mejora. Los datos tampoco muestran indicios de posibles conflictos sociales entre la población local y el visitante, a pesar de la masificación detectada en los apartados anteriores.

Gráfico 27: La percepción de los diferentes factores del bloque sociocultural



Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, aunque la actividad turística se proyecta como la máxima protagonista y el eje central del desarrollo local, solo una cuarta parte de la población la percibe como un sector que favorece a una importante parte de la población. En otras palabras, estamos ante una actividad que absorbe una importante cantidad de mano de obra, pero sin unos beneficios visibles para la comunidad en su totalidad. Uno de los aspectos más preocupantes, que muestran los resultados, es la falta de mejora de los servicios sanitarios a nivel municipal. El consenso observado se debe principalmente a la saturación del centro de salud local durante los picos estivales, donde el personal sanitario ha de atender un número de paciente superior al de los censados (según nuestras estimaciones, que pueden consultarse en el Anexo I, el incremento de la carga poblacional vinculada al turismo supone incrementar la población en un 74% en el mes de Agosto).

Anteriormente, también hemos visto la importancia que le dan los visitantes al uso del transporte público local. Estamos ante otro factor crítico debido a que la población percibe un déficit importante en la calidad y prestaciones de los servicios de transporte, saturados principalmente durante la temporada alta. Si se enfoca el turismo como un agente capaz de ralentizar o frenar el continuo declive demográfico, en este caso no existe una percepción clara, ya que solo un 13% de la población visualiza el modelo local como un freno a la despoblación actual.

Los aspectos vinculados al patrimonio, actividades culturales, artesanía y servicios básicos tampoco se perciben como factores que se integran y progresan gracias al modelo turístico actual. Por último, falta añadir la escasa conexión percibida entre el sector turístico y el pesquero. Los resultados arrojan la sensación que los productos capturados y las actividades desarrolladas por el sector pesquero no están totalmente integrados en la actividad turística local. Como

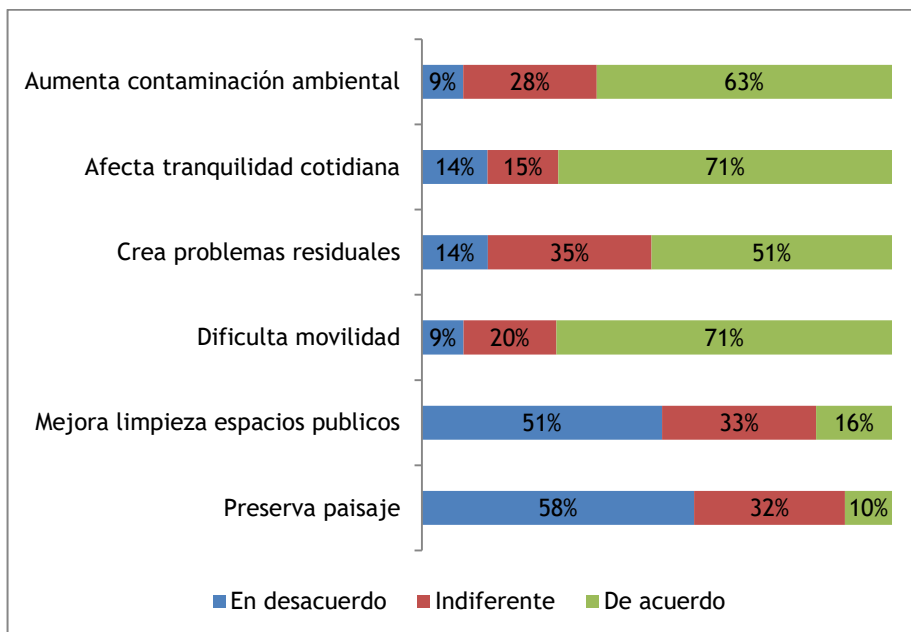
tampoco existe un producto turístico sólido vinculado a la actividad pesquera y sus derivados.

La percepción derivada de los aspectos ambientales

En este apartado se analizan los impactos de la demanda a través de la percepción del residente de los factores ambientales, de masificación y de movilidad. En los apartados anteriores ya se pudo detectar que tanto el empresariado como la demanda turística perciben cierta masificación en Fisterra. Según los datos (Grafico 26) la percepción del residente coincide parcialmente con la percepción de los visitantes y los empresarios. Y es que tres cuartas partes de la población argumentan que la actividad turística no solo dificulta la movilidad normalizada dentro del municipio, sino es un factor que afecta directamente a la tranquilidad del día a día.⁵⁰ Por otra parte, los resultados muestran una preocupación creciente por los impactos medioambientales basados en la aparición de problemas de residuos y la deficiencia de medios vinculados a la limpieza de los espacios públicos. Por último, aunque el turista califica positivamente los valores paisajísticos locales, el residente alberga muchas dudas sobre el modelo turístico actual y su capacidad de preservación de los recursos paisajísticos originales.

⁵⁰ Un destino turístico se considera que está saturado según la percepción de los residentes cuando más de dos tercios de los visitantes así lo considera. En 2017, en Barcelona el 59,9% de los encuestados pensaba que su ciudad había llegado al límite de su capacidad. En ese año habían recibido 14,5 millones de turistas, es decir aproximadamente 9 turistas por cada residente. Simplemente contando los peregrinos que han recogido la acreditación emitida por el municipio de Fisterra, en 2019 mas de 25.000, y asumiendo que la recogen la mitad de los peregrinos que llegan (seguramente sean menos de un tercio del total), en Fisterra el número de visitantes por residente seria superior al de Barcelona, en torno a 11 visitantes por residente. Por lo tanto, como mínimo la situación en Fisterra desde este punto de vista es efectivamente preocupante.

Gráfico 28: La percepción de los diferentes factores del bloque ambiental



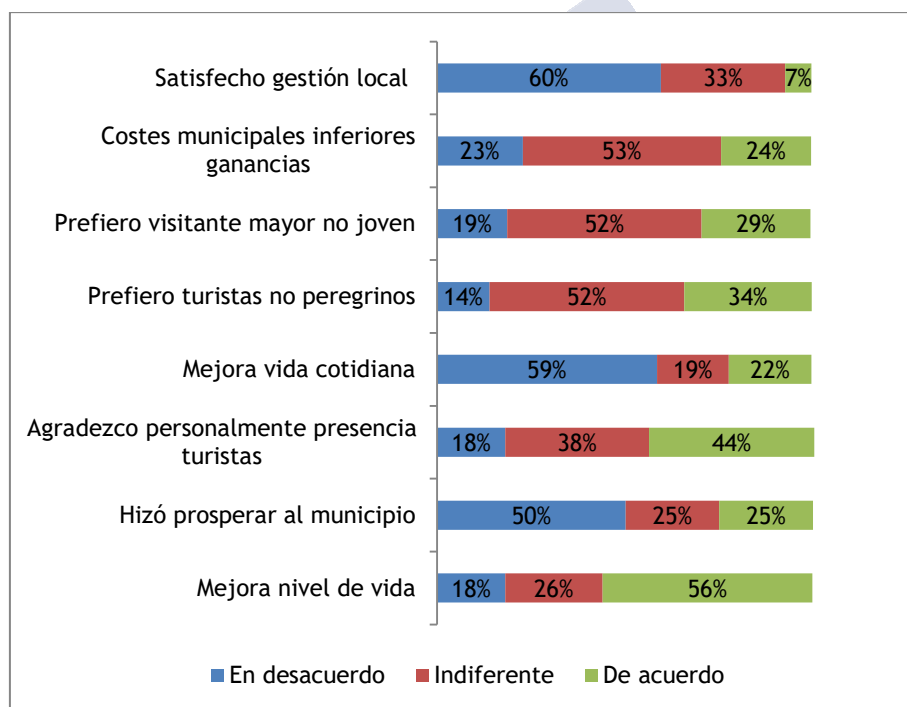
Fuente: Elaboración propia.

La percepción derivada de los aspectos globales

A modo de resumen, una serie de preguntas globales permiten visualizar mejor los impactos generalizados percibidos por la población. En este punto (Gráfico 27) volvemos a encontrarnos con la discordancia anterior. A la pregunta generalista sobre si el turismo mejora nivel de vida la respuesta es relativamente positiva. Ahora bien, si nos centramos más en el ámbito personal podemos observar que el residente no detecta una mejora significativa dentro de la vida cotidiana como tampoco detecta un aumento de prosperidad a nivel municipal. En cuanto a la preferencia de un perfil concreto de visitante, existe una ligera inclinación a favor de turistas (y no peregrinos) mayores.

Por último, a la hora de realizar una valoración de gestión local solo un siete por ciento de la población aprueba las políticas locales vinculadas al modelo turístico actual. Cabe subrayar que más de la mitad de los encuestados no visualiza con claridad los costes invertidos en el desarrollo y el mantenimiento de la actividad. Este tipo de apreciación puede estar relacionada con el escaso grado de participación ciudadana dentro de la distribución presupuestaria vinculada a los aspectos más relevantes del sector turístico local.

Gráfico 29: La percepción de los diferentes factores del bloque general

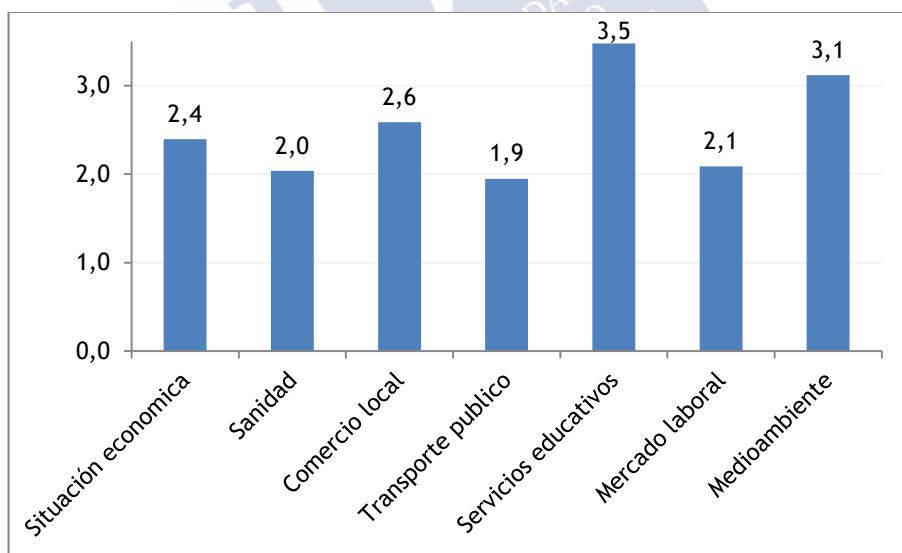


Fuente: Elaboración propia.

Llegados a este punto, y aprovechando el formato de estudio, es importante realizar una valoración global dentro de los aspectos relevantes relacionados con la ciudadanía. Gracias a la escala Likert

utilizada (Gráfico 28) podemos apreciar las principales carencias y necesidades de la comunidad local. Dados los datos obtenidos se podría afirmar que el empleo, los servicios sanitarios y la calidad del transporte público son los factores peor valorados por el residente. El factor empleo parece convertirse en una inquietud generalizada, que hace dudar de las dinámicas laborales actuales. Sin ánimo de ser repetitivos recordemos que a día de hoy es la principal preocupación y problemática del municipio (Gráfico 28). Por otro lado, la valoración de la situación económica del municipio también arroja unos valores muy bajos que no llega al aprobado general. Como contrapartida a lo mencionado, cabe destacar un aspecto positivo altamente valorado por el residente y relacionado directamente con los servicios educativos del municipio.

Gráfico 30: Valoración global de varios aspectos a nivel municipal (de 1 a 5)



Fuente: Elaboración propia.

5.5.- RESUMEN Y CONCLUSIONES

Ante un acelerado desarrollo del sector turístico en un destino emergente es preciso que la propia actividad no se imponga por encima de las gestiones de la administración local. En otras palabras, ya en las primeras fases de desarrollo la actividad precisa de un agente gestor (al menos dentro de un territorio delimitado) y la elaboración de ciertas estrategias de planificación. En el caso contrario una suma de acciones no planificadas puede ocasionar graves impactos negativos sobre la comunidad local (Lima De Moraes, Bezerra, & Fernandes, 2014; Toselli, 2015) que a su vez aumentan el desinterés de la población residente que obstaculizaría la planificación de la actividad.

En el caso fisterrano, la percepción de la población no parece que concuerde con un desarrollo turístico integrador y sostenible. Por el momento no existe evidencia significativa de que la población local perciba al turismo como una actividad que genere un impulso positivo sobre el empleo, la actividad económica, los servicios básicos, la oferta cultura o el medioambiente.

Obtenida esta visión general, debemos de profundizar en los factores determinantes de esta percepción global negativa y si la misma es independiente de las características sociodemográficas de la población. Para ello se planteará un modelo de regresión logística para identificar los factores más significativos en relación al impacto global del turismo, medido por la evolución reciente del municipio.

RESUMEN, CONCLUSIONES PRINCIPALES Y LINEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS

Antes de reevaluar los objetivos del estudio, cabe incidir en los principales impactos generados por la transformación multidimensional que acompaña al desarrollo de la actividad turística en un contexto rural. Los datos del estudio han confirmado una significativa reestructuración sectorial cuyo principal rasgo consiste en una continua metamorfosis del mercado laboral (desde el sector agropesquero hacia el tercer sector), condenando al territorio a una terciarización que se produce sin una base industrial consolidada. La emergente eclosión de la actividad turística lleva el timón de dicha terciarización bajo la analítica mirada de la población local y el empresariado, cuya principal sospecha reside en si las potencialidades del nuevo sector pueden estar a la altura de su predecesor. La escasa información, sobre los verdaderos impactos de la nueva actividad económica, junto a los insuficientes mecanismos de gestión, por parte del gobierno local, han ocasionado una elevada espontaneidad del desarrollo turístico muy lejos de una correcta y ordenada planificación. Este fenómeno no solo ha dificultado elaborar un modelo turístico propio (desde dentro) sino también arrojar una importante opacidad informativa sobre las verdaderas capacidades socioeconómicas (del sector emergente) que permitan a la población local aumentar su confianza empresarial.

Otro de los rasgos, mas característicos del área analizada, es que la espontaneidad estratégica, anteriormente mencionada, ha propiciado la autodefinición de un modelo turístico con mas inferencias exógenas que locales. Este fenómeno pone en evidencia no

solo una notable pérdida de control sobre la actividad, sino también un acelerado proceso de consolidación hacia una fase de estancamiento, difícil de remodelar. Y es que, y gracias a los resultados obtenidos, el destino analizado ofrece unos resultados poco satisfactorios, debido a que reúne la mayoría de los aspectos que conceptualizan un destino en fase de estancamiento. Una notable masificación de la demanda, una débil ocupación anual, una marcada estacionalidad turística, un gasto por debajo del umbral marcado, y, por último, una evidente incapacidad de crear un mercado laboral sólido, capaz de satisfacer las necesidades de la población local. Todos estos factores sacan a la palestra las principales deficiencias del modelo y la urgente necesidad de una renovación estratégica dentro de los mecanismos de planificación local.

El objetivo central de esta investigación se centraba en la elaboración de una herramienta de gestión capaz de modelizar la suma de datos originados por los impactos de la actividad turística en un espacio rural. No obstante, dicha herramienta requiere una justificación que acredite la verdadera necesidad de su existencia condicionada por el grado de desarrollo de la actividad turística dentro del área de estudio. Dada la espontaneidad localizada, dentro de las estrategias de planificación locales, la herramienta propuesta adquiere una categoría de alta relevancia. La existencia de un incongruente Plan de Dinamización justifica aún más la importancia de las herramientas y metodologías propuestas. Una vez cumplidos los objetivos del estudio y elaboradas las herramientas de gestión propuestas, se puede afirmar que dichos avances se pueden aplicar a cualquier área tanto rural como urbana donde la actividad turística sea un sector emergente o históricamente consolidado.

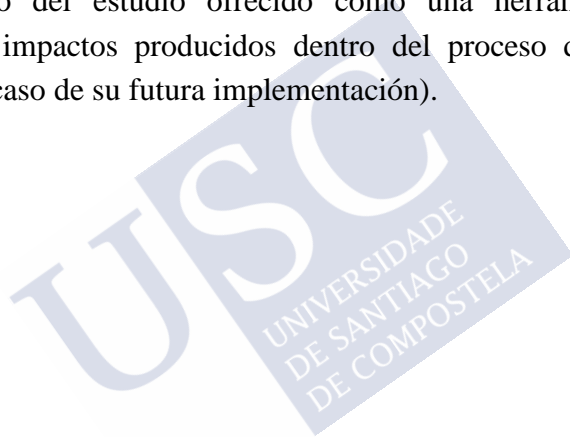
Tras el análisis multidimensional realizado, y dados los resultados obtenidos, las futuras líneas de investigación se canalizan

en varias direcciones. En primer lugar, es importante conocer las posibilidades de aplicación, de las herramientas propuestas, a las áreas con mayor población y con un entorno mas urbano. En otras palabras, se buscará la posibilidad de implementar la metodología propuesta a situaciones diferentes (sin limitar a los espacios rurales). De esta manera, los resultados del estudio realizado, podrían constituir una herramienta de gestión capaz de fundamentar las primeras estrategias de planificación, en un espacio con actividad turística nobel, o complementar los planes ya existentes. También hay que tener en consideración (en las futuras investigaciones) las actuales fortalezas del destino basadas en la innovación y la digitalización de los bienes y servicios ofrecidos. Una pobre actualización de las TICs, vinculada a la gestión de la oferta y la demanda, aumenta la sensibilidad del destino ante las distintas amenazas tanto de índole sanitaria (ejemplo: Covid) como de otros factores o circunstancias exógenos.

Por otro lado, y siempre enfocando desde la constitución del modelo turístico de un territorio concreto, es relevante valorar la posibilidad de aplicación de la metodología propuesta en territorios con otro ritmo de la actividad. El análisis, que permite una clusterización de la demanda (en grupos de comportamiento homogéneo), requiere de una profundización de sus posibilidades en otros productos turísticos y diferentes destinos. De esta manera, la metodología propuesta no solo se aplicaría en los destinos en fase de estancamiento, sino en espacios en fases de exploración o implicación, permitiendo de esta manera definir el modelo turístico local en las primeras fases de su desarrollo.

Por último, y a raíz de los resultados obtenidos, cabe destacar algunas recomendaciones y directrices para los gestores locales del área de estudio. En primer lugar, se han de considerar los futuros escenarios (a medio y a largo plazo) partiendo desde la premisa de que

el modelo actual no padezca ningún cambio visible (al menos desde la iniciativa local). Dichas consideraciones ayudarán a anticipar las posibles amenazas, originadas por la actividad turística, que pongan en riesgo tanto las dinámicas económicas locales como las interacciones dentro del tejido social. En segundo lugar, se recomienda la elaboración de una serie de directrices (dentro de las posibilidades del sistema de gobernanza local), que permitan la reestructuración, siempre dentro de los objetivos estratégicos del municipio, del modelo turístico actual. Y, por último, se recomienda el aprovechamiento del estudio ofrecido como una herramienta de medida de los impactos producidos dentro del proceso de mejora continua (en el caso de su futura implementación).



CONCLUDING REMARKS – FUTURE RESEARCH LINES

Before re-evaluating the objectives of the study, it is worth highlighting the main impacts generated by the multidimensional transformation that accompanies the development of tourism activity in a rural context. The results of the study have confirmed a significant sectoral restructuring, the main feature of which is a continuous metamorphosis of the labour market (from the agricultural sector to the third sector), leading the territory towards a tertiarization process that is taking place without a consolidated industrial base. The emergence of tourism activity is leading this tertiarization process under the supervision of both the local population and the business community, whose main concern is whether the potential of this new sector can match that of its predecessor. Lack of information regarding the actual impact of the new economic activity, together with insufficient management mechanisms as the disposal of the local government, have led to a high degree of spontaneity in tourism development, which is far from being properly and neatly planned. This phenomenon has not only made it difficult to develop a tourism model of its own (from within) but, also, to deliver significant information on the real socio-economic capabilities (of the emerging sector) that would allow the local population to increase their business confidence. Another key feature, more idiosyncratic to the area analysed, is the fact that the above-mentioned strategic spontaneity has led to the self-definition of a tourism model whose influences are more exogenous than local. This phenomenon shows not only a remarkable loss of control over the activity but, also, an accelerated

process of consolidation towards a phase of stagnation, difficult to revert. In the light of the results obtained the destination analysed offers unsatisfactory results, since it brings together most of the aspects that conceptualise a tourist destination in a phase of stagnation. A notable massification of demand, a weak annual occupation, a marked seasonality of tourism, an expenditure below the established threshold, and, lastly, a marked inability to develop a solid labour market capable of satisfying the needs of the local population. All these factors bring to the fore the main deficiencies of the model and the urgent need for a strategic renewal within local planning mechanisms.

The main aim of this research has been to develop a management tool capable of modelling the totality of data originating from the impacts of tourism activity in a rural area. However, such a tool requires a justification that proves the need for its existence in terms of the degree of development of tourism activity within the area of research. Due to the localised spontaneity, within the local planning strategies, the suggested tool acquires a high relevance category. The existence of an incongruous Dynamization Plan further justifies the importance of the tools and methodologies proposed. Once the objectives of the study have been achieved and the indicated management tools have been developed, it can be asserted that these developments can be applied to any area, either rural or urban, where tourism activity is an emerging or historically consolidated sector. Following the multidimensional analysis performed, and given the results obtained, future lines of research are channelled in several directions. First of all, it is important to know the application possibilities of the suggested tools in the areas with larger populations and with a more urban environment. In other words, the possibility of implementing the proposed methodology in different situations (not

limited to rural areas) will be sought. Therefore, the results of this study could serve as a management tool capable of supporting the first planning strategies in an area with emerging tourism activity, as well as of complementing already-existing plans. It is also necessary to take into consideration (in future research) the current strengths of the destination based on innovation and the digitalisation of the goods and services offered. A poor updating of ICTs, linked to the management of supply and demand, increases the sensitivity of the destination to different threats both in terms of health (e.g. Covid) and other exogenous factors or circumstances.

On the other hand, and always from the perspective of constituting of a tourism model within a specific territory, it is relevant to assess the possibility of applying the proposed methodology in territories with a different pace of activity. The analysis, which allows for a clustering of demand (in groups with homogeneous behaviour), requires an in-depth interrogation of its potential when applied to other tourism products or to different destinations. Therefore, the proposed methodology would not only be applied to destinations in a phase of stagnation, but also to areas in phases of exploration or involvement, thus allowing the local tourism model to be defined in the first phases of its development.

Lastly, starting from the results obtained, some recommendations and guidelines for the local managers of the study area should be highlighted. Firstly, future scenarios must be considered (in the medium and long term) based on the premise that the current model does not undergo any visible change (at least from the local initiative). Such considerations will help to anticipate possible threats, caused by tourism activity, which might put at risk both local economic dynamics and interactions within the social fabric. Secondly, the development of a set of guidelines is

recommended (within the possibilities of the local governance system), that would allow the restructuring, always within the strategic objectives of the municipality, of the current tourism model. And, finally, it is recommended that this study should be used as a tool for measuring the impacts produced within the process of continuous improvement (in the case of its future implementation).



ANEXO I: PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ESTIMAR LOS VISITANTES A ESCALA LOCAL⁵¹

A.1.-JUSTIFICACIÓN

A lo largo de esta investigación se ha visto en varias ocasiones la importancia de monitorización de la demanda, sobre todo en aquellos municipios donde el turismo es una actividad emergente. La correcta planificación de servicios a escala local debe tener como punto de partida la distribución de la población en el espacio y en el tiempo. Desde hace décadas la masificación de la demanda y la estacionalidad de los flujos turísticos han generado importantes problemas de gestión a escala tanto en los destinos turísticos en fase de desarrollo como en los consolidados. Hoy en día, pocos espacios de ocio y turismo pueden presumir de contar con una herramienta eficaz que pueda recopilar o clasificar con exactitud las demandas de la población y los correspondientes flujos turísticos. La falta de esta información genera incertidumbre y limita la planificación estratégica y táctica tanto del sector público como del sector privado, lo que al final produce ineficacia en el gobierno local e ineficiencia social y económica generalizada. Autores como Román (2011) afirman que muchos destinos turísticos se ven obligados a prestar unos servicios públicos ineficientes, diseñados para una

⁵¹ Este anexo es la base de dos publicaciones (Fernández y Lazovski, 2018 y Fernandez y Lazoski 2020) donde se desarrolla el método y su aplicación a diferentes municipios de la comarca de Fisterra.

población residente legal que puede llegar a duplicarse en los meses estivales. La afluencia de visitantes durante estos meses, puede llegar a provocar importantes alteraciones dentro del funcionamiento normal del municipio, concentrando la explotación regular de los servicios solo durante una parte del año. De hecho, atender las necesidades del conjunto de la población durante los meses estivales supone incurrir en costes extraordinarios que soportan los ayuntamientos por su condición turística, pero sin tener la posibilidad de obtener aportes financieros compensatorios vía tasas o impuestos municipales.

Hasta ahora los estudios de capacidad de carga o acogida turística han sido el instrumento utilizado, junto con los estudios de impacto ambiental, para dar respuesta a la cuestión de cuál es la población usuaria o demandante de servicios en cada territorio. La estacionalidad turística, principalmente localizada en las épocas estivales, es el principal factor que junto a la masificación pueden provocar alteraciones en el normal funcionamiento de las ciudades o espacios turísticos (Almeida, 2006). Controlar la oferta de alojamiento formal a escala local (hoteles, pensiones, albergues...) ha sido la principal vía de estimación y análisis de la capacidad de acogida del territorio para muchos de estos municipios. Sin embargo, esta alternativa no es adecuada para destinos costeros que han apostado por enfocar su promoción turística en las adquisiciones de segundas residencias vinculadas al turismo de sol y playa, priorizando la promoción del turismo residencial (Fuentes, 2009). El desarrollo del turismo residencial ha agravado aún más la masificación de la demanda en épocas concretas del año, provocando la necesidad por parte de los gobiernos locales de diseñar sus servicios básicos para una población que, sin ser residente legal, demanda exactamente los mismos servicios que esos residentes, a diferencia de lo que ocurre con el turista que pernocta en alguna de las opciones tradicionales de

alojamiento regulado. En cualquier caso, para muchos municipios turísticos es la movilidad de la población la que determina la carga de población “real” y por lo tanto, la distribución espacio-temporal de la demanda de bienes y servicios públicos y privados: saneamiento, agua, electricidad, transporte público, restaurantes, bancos, farmacias, hoteles...

La gestión de la administración local se ve determinada por los recursos de los que se puede disponer, y éstos se obtienen a partir de la información recogida en las estadísticas oficiales de residencia (Padrón municipal y diferentes registros administrativos). El hecho de clasificar oficialmente a quienes se desplazan a un lugar como visitantes, turistas o como inmigrantes temporales afecta a la organización de los mercados de trabajo, la satisfacción de las necesidades educativas y sanitarias o la provisión de servicios básicos (suministro de electricidad, agua, recogida de basuras, etc.), entre otros aspectos de la gestión pública (Huete & Mantecón, 2010). La necesidad de contar con esta información ha generado múltiples propuestas tanto desde el campo de la investigación científica como de la administración para definir criterios y lograr estimaciones de las poblaciones estacionales o temporales (Módenes, 2006), ya que la población que usa y demanda servicios es la variable determinante en la planificación de todas las actividades mencionadas que son responsabilidad de la administración local y un factor decisivo en el desarrollo socioeconómico de cada territorio (Vinuesa, 2005). Por ello, es de suma importancia conocer con la máxima exactitud la población vinculada a cada espacio turístico, con la pretensión de estimar la carga real de habitantes a la que debe dar respuesta la administración local. Esta población demandante de servicios públicos

y privados en el territorio⁵², engloba a los residentes legales (cuando no están fuera del municipio) más a todas las personas que acuden al municipio por motivos de trabajo, estudio u ocio (por tanto, se contabilizan a los excursionistas, turistas “tradicionales” y a todos los que frecuentan las residencias secundarias, Hernández 2007). Es decir, para determinar la carga de población que realmente soporta cada territorio debemos conocer la población residente efectiva y la población flotante (la que utiliza un territorio, pero cuyo lugar de residencia habitual es otro). Ambas poblaciones son casi invisibles para las estadísticas oficiales lo que genera una incógnita que difícilmente se despeja en una gran mayoría de pequeños municipios rurales lo que dificulta la labor de los planificadores regionales y urbanos.

Como acabamos de avanzar, las fuentes estadísticas oficiales no ofrecen una solución definitiva al cálculo de la población usuaria de servicios en cada municipio. La población Censal es una foto fija de la situación demográfica de un territorio en un momento dado, que solo se actualiza cada 10 años. Por otro lado, el Padrón Municipal, es un registro administrativo vivo conformado por los vecinos del municipio en el que cotidianamente se registran altas, bajas y modificaciones. Los datos que constan en un Padrón Municipal constituyen prueba de residencia en el municipio y del domicilio habitual en el mismo. Pero, tanto el Censo como el Padrón contienen información incompleta acerca de la población que realmente habita en un municipio, bien sea de manera habitual o temporal, ya que no recogen variables que inciden en la carga real que soporta un territorio, como los visitantes (trabajadores y estudiantes) o la población en segunda residencia. En el Censo de 2001 se creó un

⁵² Denominaciones utilizadas: población usuaria; población flotante; población estacional; población vinculada; población temporal.

nuevo concepto de población, la población vinculada «como estimación de la carga real de población que soporta cada municipio». La población vinculada de un municipio es definida como «el conjunto de personas censables (es decir, con residencia habitual en España) que tienen algún tipo de vinculación habitual con el municipio en cuestión, ya sea porque residen allí, porque trabajan o estudian allí, o porque, no siendo su residencia habitual, suelen pasar allí ciertos periodos de tiempo, aunque no exclusivamente por motivos vacacionales (veraneos, puentes, fines de semana...)». No podrán considerarse vinculadas las personas que, residiendo temporalmente, no trabajen, estudien ni dispongan de una segunda vivienda allí. La población vinculada pretende diferenciar el efecto de los tres factores principales de movilidad espacial: trabajo, estudios y segunda residencia, pero quedando expresamente excluidas cualquier otro tipo de circunstancias, como por ejemplo los desplazamientos por compras, por turismo o por vacaciones. Además, en el Censo de 2011, el Instituto Nacional de Estadística solo ofrece la estimación de la población vinculada para los municipios de más de 10.000 habitantes⁵³. Por lo tanto, actualmente no disponemos de una solución completa a la incógnita de monitorear la movilidad, ni ningún método seguro para estimar con precisión la población flotante, especialmente en el caso de los municipios de menor tamaño. No obstante, los esfuerzos por entenderla, modularla y anticiparse a sus efectos (positivos y negativos) son muy numerosos y se basan en la elaboración de encuestas de movilidad y el uso de información estadística sobre variables asociadas a los movimientos de entrada y

⁵³ En Galicia, el organismo autónomo de Estadística de la Comunidad ofrece una estimación de la población vinculada para el conjunto de los municipios citando como fuente el Censo de 2011. Ver, <https://www.ige.eu/igebdt/esq.jsp?paxina=000&c=-1&idioma=gl&ruta=navmunicipal.jsp%3FESP%3D>.

salida de población (por ejemplo, datos de consumo de energía eléctrica y agua, tráfico de vehículos, datos de ventas al por menor, tasas de ocupación hotelera y más recientemente información sobre la localización y movimientos de los teléfonos móviles).

El objetivo de esta anexo es ofrecer un método alternativo de estimación para conocer el número de personas que conforman la población usuaria⁵⁴ de servicios de un municipio turístico costero de pequeño tamaño a partir de información disponible. Es decir, pretendemos ofrecer una estimación del número de personas (usuarios) que usan cada territorio utilizando variables asociadas estadísticamente a los cambios de población que soporta un espacio delimitado. Las restricciones presupuestarias de los municipios de pequeño tamaño exigen una administración eficiente de los recursos existentes y para ello es imprescindible contar con una estimación de la carga real de población a la que se debe dar servicios. El método empleado se basa en la recopilación y cuantificación de los datos vinculados a los residuos urbanos del municipio y a la caracterización de los indicadores de la oferta de alojamiento formal e informal del mismo, lo que no requiere realizar nuevas, y en muchas ocasiones, costosas actividades para recabar información adicional sobre la demanda de servicios existente. Se pretende así ofrecer una herramienta de análisis para estimar la carga de población de cada territorio que evite esfuerzos institucionales aislados, que a menudo

⁵⁴ Una aproximación a estos usuarios se puede obtener a partir de la estimación de la “población equivalente” donde incluimos a todos los usuarios del territorio que tengan cualquier vinculación o relación sin importar el motivo o la durabilidad de la misma, pero ponderándolos por el tiempo de estancia. Es necesaria esta estimación ya que no es suficiente contar con una estimación de la población vinculada (información Censal, obtenida cada 10 años) o de la población estacional máxima (dato estimado por que la Encuesta de Infraestructura y Equipamientos Locales).

arrojan resultados contradictorios e implican un coste económico innecesariamente elevado. El proceso de estimación y los resultados obtenidos ilustran las ventajas y dificultades de su aplicación a municipios turísticos de pequeño tamaño.

A.2. RELACIÓN ENTRE TURISMO Y CAPACIDAD DE CARGA

Antes de elaborar un mecanismo práctico de estimación es relevante ser conscientes de la información que tenemos a nuestra disposición a fin de sumar una serie de indicadores vinculados a las dinámicas del territorio. Y es que una de las dificultades que se presentan, en la mayoría de los casos, es la escasez de datos suficientes para construir un modelo efectivo y asumible para una administración con medios limitados. Por lo tanto, el investigador ha de aprovechar cualquier indicador local disponible, ya que de la riqueza de los datos dependerá la precisión de la estimación a realizar.

El término de capacidad de carga es un concepto difícil de definir en términos absolutos, no obstante, eso no le exime de proyectarse como una de las piezas vitales en el proceso de planificación y control del impacto que produce el turismo, concretándose sobre el terreno en forma de medidas de gestión de los flujos de visitantes (García Hernández, 2000). La falta de definición ha llevado a la comunidad científica a distintas conceptualizaciones de la capacidad de carga.⁵⁵ Almeida (2006) sitúa el término como el

⁵⁵ Desde 1981 existe una definición oficial (OMT). La capacidad de carga de un destino turístico se entiende como «el máximo número de personas que pueden visitar un lugar al mismo tiempo sin causar daños físicos, económicos, socioculturales o ambientales, así como un inaceptable descenso en la satisfacción de los visitantes». La dificultad de concretar este concepto ha sido el origen de las múltiples definiciones y métodos de cuantificación que han surgido en la literatura especializada.)

concepto central de la gestión de la propia actividad turística y de los impactos que ésta puede generar. Mientras Echamendi (2001) afirma que a pesar de que exista un cierto consenso entre los expertos a la hora de definir la capacidad de carga, no hay aún un acuerdo sobre los métodos de medición y cuantificación a emplear, ni mucho menos sobre los umbrales de permisibilidad que se consideran adecuados en cada caso. Ante este escenario uno de los agravantes que ralentizan la delimitación de la capacidad de carga/acogida es la proliferación de las viviendas secundarias. Aunque contamos con estimaciones del parque de viviendas secundarias a partir del censo y podemos obtener indicadores como la proporción de las residencias secundarias sobre las principales (Hernández 2007), no se suele contar con el grado de utilización de estas viviendas a lo largo del año, lo que estaría relacionado directamente con la estimación de la población vinculada. Tener el dato de viviendas secundarias facilita el cálculo de la capacidad potencial, pero llegar a la población vinculada (usuarios de estas viviendas) requiere contar con información adicional. Autores como Módenes (2006) coincide que la tradicional falta de datos estadísticos adecuados ha provocado un cierto divorcio entre las realidades observables y el conocimiento científico y que la descripción territorial de los flujos tiene, y seguirá teniendo, una importancia decisiva. Al mismo tiempo tiene aplicaciones inmediatas en varios ámbitos de planificación territorial y en la redefinición de las vinculaciones territoriales de la población. El mismo autor junto a Vinuesa (2005) añade que la nueva figura de la “población vinculada” incorporada por el INE a partir del Censo del 2001 permitirá una mejor aproximación a la “carga real de población” de cada municipio. Sin embargo, cuando los visitantes de un territorio supongan un volumen significativo y se trate de mayoritariamente de turistas

internacionales de corta estancia la población vinculada no será una buena aproximación del concepto de “carga real de población”.

A.3. ESTIMACIÓN DE LA POBLACIÓN FLOTANTE A PARTIR DE LAS CIFRAS DE GENERACIÓN MENSUAL DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS

En los últimos años se ha hecho un esfuerzo para mejorar la representatividad de los datos oficiales para poder estimar la población “usuaria” de un territorio. El Censo, con el novedoso concepto de “población vinculada”, ofrece información relevante sobre la población que realmente habita en un municipio, bien sea de manera habitual o temporal (trabajadores, estudiantes o población con segundas residencias), pero no recoge variables que inciden en la carga real de población que soporta un territorio, sobre todo en el caso de municipios con vocación turística, como es el caso de Fisterra, donde la población derivada del turismo tiene una especial importancia. Por otro lado, los datos estadísticos sobre demanda turística a escala local son muy escasos y en el caso de existir no son suficientes, ya que, aunque incorporan la mayoría de las actividades turísticas no integran el turismo “no reglado” (alquiler de apartamentos o la ocupación de segundas residencias por periodos inferiores a los 14 días al año considerados por el censo en su cálculo de la población vinculada). Por lo tanto, ninguna de las estadísticas oficiales satisface la necesidad de disponer de un dato que, caracterizando la carga real de población de los municipios, nos permita, entre otras, cosas determinar y dimensionar las necesidades de infraestructuras y servicios locales (residuos, educación, sanidad, limpieza, seguridad...) y en definitiva desarrollar una planificación en materia de residuos adecuada.

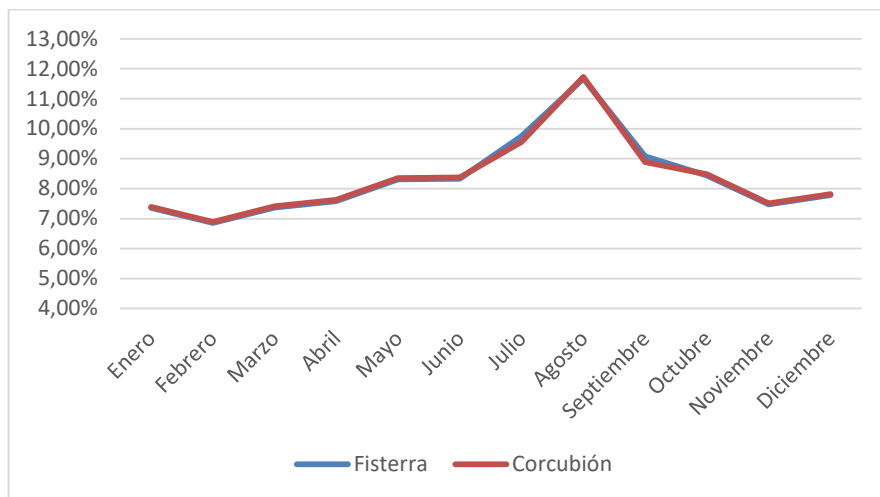
Un método alternativo para determinar cuantitativamente la población flotante es el derivado de las cifras de generación mensual de residuos sólidos urbanos (RSU).⁵⁶ Es relativamente sencillo calcular en qué modo crece una población gracias a los visitantes a partir de la comparación de los RSU con otros momentos del año en que la afluencia de visitantes sea menor. Si, por ejemplo, representamos la evolución mensual (como porcentaje del total) de los RSU de Fisterra y de Corcubión en el año 2017, puede observarse las alzas pronunciadas durante los meses estivales, que no pueden ser explicadas por posibles cambios en los hábitos de la población residente (Gráfico 29) y que difieren considerablemente de la evolución en grandes municipios urbanos (como Madrid) donde el mínimo de recogida se alcanza en agosto cuando los residentes disfrutan de sus vacaciones en otros territorios (Gráfico 30).

La evolución anual en ambos municipios de los RSU es casi idéntica, lo que parece indicar un peso similar de la población no residente a lo largo del año. De hecho, también la estimación de los kilogramos diarios de RSU por habitante ofrece una cifra semejante, sobre todo en los meses de invierno donde la presencia de turistas es casi testimonial. La confirmación en ambos municipios de un promedio diario mensual similar en relación a la población residente facilita la utilización de los datos del mes de menor valor para establecer el ratio por residente real de RSU “normal” (en nuestro caso el observado en el mes de enero, Cuadro). La cifra de 1,03 kilos por

⁵⁶ Perea-Milla et al. (2007), Sajani et al (2005) o Mateu (2003) utilizan la producción de residuos per cápita en los meses de baja o ninguna ocupación turística para estimar la presión de la población en las temporadas de alta afluencia de turistas.

habitante nos permitirá estimar el número de habitantes equivalentes a los existentes en el mes de referencia en el resto de meses.⁵⁷

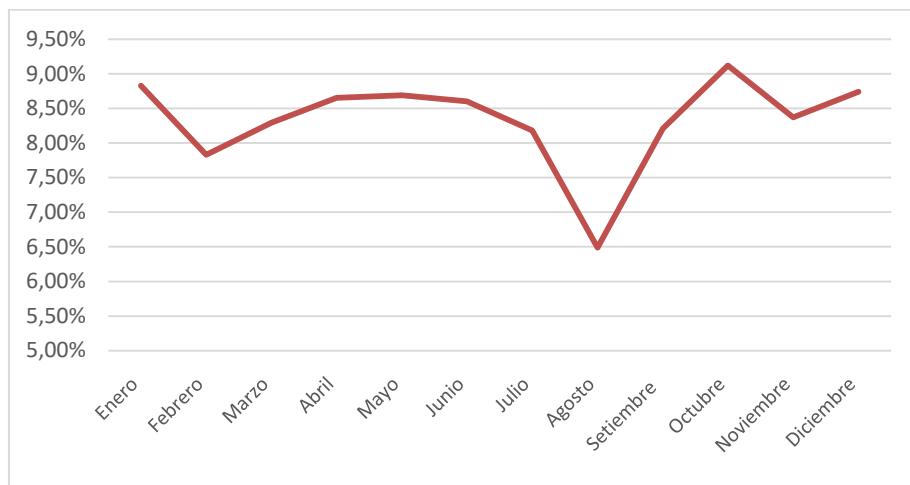
Gráfico 31: RSU Fisterra - Corcubión. Evolución mensual año 2017 en porcentaje.



Fuente: Elaboración propia a partir información suministrada directamente por los Concellos de Fisterra y Corcubión.

⁵⁷ Alternativamente se podría utilizar una cifra referente para el RSU por día y habitante. Por ejemplo, en el Plan Director de Residuos de Andalucía (PDRA), se estima que la cantidad de RSU generada por habitante y día es de 0,95 kilogramos. Aplicar esta cifra a nuestras estimaciones elevaría la cifra estimada de población equivalente en torno al 8%

Gráfico 32: RSU Madrid. Evolución mensual año 2013 en porcentaje.



Fuente: Elaboración propia a partir Memoria de actividades de los servicios de la dirección general de zonas verdes, limpieza y residuos - año 2013.

Cuadro 43. Distribución RSU recogidos Fisterra y Corcubión durante el año 2017

	Kilos de RSU Mes		Porcentaje de residuos por mes		Kilogramos diarios de RSU por habitante Padrón 2016	
	Fisterra	Corcubión	Fisterra	Corcubión	Fisterra	Corcubión
Enero	149410	51790	7,4%	7,4%	1,02	1,04
Febrero	139231	48260	6,9%	6,9%	1,05	1,07
Marzo	149756	51910	7,4%	7,4%	1,02	1,04
Abril	154074	53410	7,6%	7,6%	1,08	1,11
Mayo	168740	58490	8,3%	8,3%	1,15	1,17
Junio	169274	58680	8,3%	8,4%	1,19	1,22
Julio	198031	67000	9,7%	9,6%	1,35	1,35
Agosto	237042	82170	11,7%	11,7%	1,61	1,65
Septiembre	184459	62260	9,1%	8,9%	1,30	1,29
Octubre	171413	59420	8,4%	8,5%	1,17	1,19
Noviembre	151894	52650	7,5%	7,5%	1,07	1,09
Diciembre	158053	54790	7,8%	7,8%	1,08	1,10

Fuente: Elaboración propia a partir información suministrada directamente por los Concellos de Fisterra y de Corcubión.

El resultado de utilizar esta aproximación se muestra en el Cuadro 43. En el mes de agosto la población equivalente flotante se situaría en torno a 2.700 personas en caso de Fisterra y sobre 900 personas en caso de Corcubión.

Cuadro 44. Estimación de la población total en los municipios de Fisterra y Corcubión durante el año 2017

	Fisterra	Corcubión
Enero	4737	1606
Febrero	4887	1657
Marzo	4748	1610
Abril	5048	1711
Mayo	5350	1814
Junio	5546	1880
Julio	6279	2078
Agosto	7515	2548
Septiembre	6043	1995
Octubre	5435	1843
Noviembre	4976	1687
Diciembre	5011	1699

Fuente: Elaboración propia a partir información suministrada directamente por los Concellos de Fisterra y Corcubión.

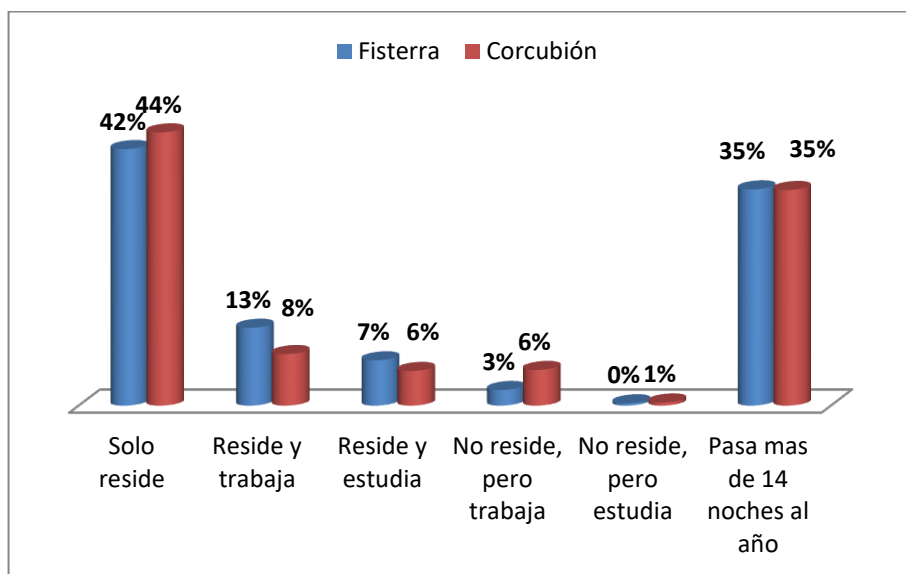
Estos datos revelan un incremento de la población superior al 55% de la población oficial del Padrón. A partir de este resultado, es sencillo calcular la población equivalente anual⁵⁸, que se situaría en 5.470 en el caso de Fisterra, y en 1.846 en el caso de Corcubión, lo que supone sobre un 15% más que la población del Padrón.

La siguiente cuestión sería comprobar la validez de estos sencillos cálculos utilizando información disponible alternativa. Según

⁵⁸ Las personas equivalentes a tiempo completo anual es una medida más adecuada que la población vinculada para estimar la población usuaria de servicios en un territorio. Cada día que una persona está presente en un municipio equivale a 1/365 personas equivalentes a tiempo completo anual. Así, por ejemplo, una persona que pasa una semana de vacaciones en un municipio equivale a 0,02 personas equivalentes a tiempo completo anual.

el censo de 2011, Fisterra y Corcubión contaban con una población vinculada total de 8.016 y 2.938 habitantes respectivamente (Gráfico 31), de los cuales un 35% lo eran por pasar en el ayuntamiento más de 14 noches al año. ¿Son estos datos consistentes con la estimación realizada?

Gráfico 33: Distribución de la población residente y vinculada de los municipios de Fisterra y Corcubión



Fuente: Instituto Galego de Estatística.

A partir de la población vinculada caracterizada por tipología se puede obtener una estimación de la población equivalente anual asumiendo diferentes tasas de permanencia en el ayuntamiento.⁵⁹ Los resultados

⁵⁹ En concreto las tasas son: 0,21 para la población no residente que trabaja (jornada laboral, 11 meses al año); 0,19 para la población no residente que estudia (jornada de estudio, 10 meses al año); 0,17 para la población no residente debido a segunda residencia (se considera que permanecen en Fisterra/Corcubión dos meses al año al sumar todos los periodos vacacionales y fines de semana).

se muestran en el Cuadro 44. En el caso de Fisterra la población equivalente anual se situaría en 2011 en 5.487 habitantes, una cifra consistente con las estimaciones realizadas (manteniendo los porcentajes constantes respecto a la población del Padrón y teniendo en cuenta la evolución hasta 2016, la población equivalente sería de 5.242). Por otro lado, la población equivalente anual de Corcubión del año 2011 se fijaría en 1.933 habitantes. Una vez aplicada la diferencia respecto al Padrón 2016 la población equivalente sería de 1.819.

Cuadro 45. Población Vinculada y Población Equivalente en Fisterra y Corcubión 2011

	Pob.R: Solo reside	Pob.R: Reside y trabaja	Pob.R: Reside e estudia	Pob. V. no residente: Trabaja allí	Pob. V. no residente: Estudia allí	Pob. V no residente: más de 14 noches	
Población Fisterra	3348	1018	592	204	30	2824	8016
Pob. Equi. Tiempo Completo Fisterra	3348	1018	592	42,84	5,7	480,08	5487
Población Corcubión	1307	247	166	171	15	1032	2938
Pob. Equi. Tiempo Completo Corcubión	1307	247	166	35,91	2,85	174,44	1933
Ratio Permanencia anual	1	1	1	0,21	0,19	0,17	

Fuente: Instituto Gallego de Estadística y Elaboración propia.

Teniendo en cuenta la capacidad alojativa reglada de ambas localidades y el grado de ocupación (área Costa da Morte), la población turística equivalente a tiempo completo anual de Fisterra y

Corcubión (en 2017) podría estimarse en 327 y 55 personas respectivamente⁶⁰. Sumando la estimación turística a la cifra anterior nos daría algo menos de 5.600 personas en el caso fisterrano y 1.874 en el corcubionés. Dichas cifras son perfectamente consistentes con los cálculos realizados (5.470 y 1.846 respectivamente, una diferencia menor al 2%).

A.4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

A pesar de que la OMT (1981) ha procurado una definición sobre la capacidad de carga turística, ésta sigue siendo una herramienta que no responde a unos parámetros estandarizados y/o absolutos en la comunidad científica (Echamendi, 2001; García Hernández, 2000). Paradójicamente, y sobre todo en un municipio turístico, estamos hablando de una variable clave en el arbitraje de cualquier planificación territorial (Modenes, 2006; Almeida, 2006). Sin embargo, a pesar de los agravantes (escasas estadísticas poblacionales y turísticas) que dificultan muchos procesos de planificación, la construcción de un mecanismo estimador de la población usuaria de los distintos servicios de un municipio rural es una tarea viable y accesible. Dado que la definición de la capacidad de carga ofrece un débil consenso científico y no propone unos parámetros estandarizados, este tipo de herramientas permite facilitar la gestión de los medios destinados a la población flotante, sobre todo a los municipios con un aparato gestor más limitado. Además de ofrecer una cifra agregada, la metodología propuesta permite un análisis temporal (estacional) muy detallado, ya que la información puede

⁶⁰ Aunque la cifra puede parecer baja, alcanzar esta población equivalente anual a tiempo completo con peregrinos cuya estancia media fuese de dos días, requeriría un número total de peregrinos superior a los 54.000.

disponerse casi día a día, con lo que se podría estimar perfectamente los picos de demanda dentro de cada mes.

Aunque la invisibilidad de la población flotante dificulte la estimación de la carga poblacional real y ralentice el análisis de la distribución espacio-temporal de la demanda de servicios públicos, con el simple modelo presentado se ha conseguido estimar una aproximación numérica de usuarios reales de un territorio consistente con las cifras estimadas por los institutos oficiales para lo que se invierten grandes cantidades de recursos. Según los resultados originados por el mecanismo propuesto, Fisterra acoge entre un 15% y un 20% de usuarios anuales más que el dato ofrecido por el Padrón municipal (referente para el reparto de las transferencias para la financiación de servicios y para la mayor parte de los ingresos tributarios propios), lo que tiene graves repercusiones sobre su capacidad para financiar servicios a toda esta población. A la postre, dicho aumento poblacional no se presenta con una equilibrada distribución mensual, sino que tiende a concentrarse en los meses de verano (podemos situar el máximo potencial de acogida en agosto próximo a las 10.000 personas, más del doble de la población del Padrón).⁶¹ En otras palabras, debido a que la población residente efectiva (censada/empadronada) está experimentando un declive continuo, y la población vinculada (no residente) junto al flujo turístico está sujeta a un notable crecimiento, el resultado neto es que tenemos menos financiación para más usuarios, ya que cada vez la verdadera carga real de población en Fisterra está muy por encima de los datos “oficiales” del Padrón Municipal.

⁶¹ Simplemente si sumamos la capacidad de alojamiento (1.055 plazas) a la población vinculada total (8.016) y añadimos visitantes estacionales de paso (excursionistas), es posible alcanzar esta cifra en días puntuales del mes de agosto.

Además de ofrecer una cifra agregada, la metodología propuesta permite un análisis temporal (estacional) muy detallado, ya que la información puede disponerse casi día a día, con lo que se podría estimar perfectamente los picos de demanda dentro de cada mes. Para la gran mayoría de los servicios locales, no es lo mismo 365 usuarios en un día, que un usuario diario a lo largo de todo el año, por ello es de vital importancia contar con información adicional mensual sobre el excursionismo, los flujos turísticos de corta estancia y sobre la utilización de las viviendas de segunda residencia. Esta población no es considerada en las estimaciones de población vinculada que hace el INE a partir de la información censal, pero que, si puede obtenerse a partir de la información diaria de la recogida de RSU, tal como hemos indicado.

Obviamente la metodología propuesta tiene un amplio margen de mejora en la precisión de los resultados. Son numerosos los supuestos incluidos en el desarrollo de las estimaciones presentadas, lo que hace imprescindible estudiar la robustez de la metodología propuesta con la incorporación de información y estimaciones de otros municipios de la misma comarca o geodestino tanto con características similares como claramente diferenciados. También sería deseable contrastar las estimaciones realizadas utilizando otros indicadores indirectos como pueden ser el consumo de energía eléctrica o agua y que además podrían ofrecer información relevante sobre el grado de utilización de la segunda residencia, elemento crucial en municipios como Fisterra.



ANEXO II.

CONTENIDO DEL CUESTIONARIO A EMPRESARIOS

Bloque I:

1.- Actividad

Agricultura		Comercio		Alojamiento	
Pesca		Transporte		Restaurantes	
Industria		Inmobiliario		Café-Bar	
Construcción		Adm. Publica		Alimentación (comercio)	

2.- Meses de apertura

Enero	Febrero	Marzo	Abril
Mayo	Junio	Julio	Agosto
Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

3.- Empleados contratados

	Total	A tiempo completo	A tiempo parcial
Contratación continua (anual)			
Contratación temporal solo temporada alta)			

Bloque II: Preguntas relativas a la actividad turística

1.- Según su opinión, ¿CUAL ES EL GRADO DE DESARROLLO TURISTICO DE FISTERRA? (1 ninguno, 5 alto grado de desarrollo)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

2.- Valore el impacto del turismo para el desarrollo social y económico de Fisterra. (1 en total desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni desacuerdo ni de acuerdo, 4 de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo)

El turismo es la fuente principal de ingresos de Fisterra

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo mejora la dotación de infraestructuras y servicios públicos

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo favorece la creación de empleo para la población local

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Los beneficios generados por la actividad turística revierten en empresas y personas de fuera de la localidad

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo contribuye a aumentar la calidad de vida de los residentes

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo contribuye a aumentar la colaboración entre personas, empresas o instituciones de la localidad para llevar a cabo actividades relacionadas con el turismo

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo ocasiona problemas de convivencia entre turistas y residentes

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo disminuye la tranquilidad del municipio y aumenta la masificación en determinados puntos del municipio

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo contribuye a mejorar y revalorizar la imagen de la localidad

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo favorece el incremento de los robos y la delincuencia

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

El turismo beneficia la mejora de la calidad de los servicios de hostelería y restauración de la zona

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Bloque III.

1.- Distribuya el total de su facturación (en porcentajes)

	Total año	Periodo estival (junio-setiembre)
Peregrinos		
Excursionistas		
Turistas		
Residentes		
Total	100%	100%

2.- Indique el grado de dependencia del abastecimiento local (lonja, proveedores locales...)

	Grado de dependencia nulo	Grado de dependencia leve	Grado de dependencia moderado	Grado de de dependencia alto
Proveedores locales				
Proveedores comarcales				

ANEXO III.

CONTENIDO DEL

CUESTIONARIO A VISITANTES

1.- Principal motivo del viaje a Fisterra (respuesta múltiple)

- a) Vacaciones/Ocio
- b) Eventos Culturales/Deportivos
- c) Visita a familiares y/o amigos
- d) Casa propia / segunda residencia
- e) Peregrinación
- f) Otros motivos (Fiestas Populares, Gastronomía...)

2.- Personas que acompañan al entrevistado en su visita/estancia en Fisterra (Número de ser el caso)

- a) Solo
- b) Pareja
- c) Familia (numero)
- d) Amigos (numero)
- e) Familia y amigos (numero)

3.- Medio de transporte (respuesta múltiple)

- a) A pie / Bicicleta
- b) Autostop
- c) Autobús (línea regular)
- d) Autobús (Viaje organizado)

- e) Coche propio
- f) Coche alquilado
- g) Blablacar , Uber, (App's de transporte en general)
- h) Taxi

4.- ¿Utiliza internet para consultas, reservas o compras? Respuesta múltiple

- a) Transporte (consulta/reserva/compra) (opcional, indique app principal)
- b) Alojamiento (consulta/reserva/compra) (opcional, indique app principal)
- c) Restaurantes, cafeterías, bares (consulta/reserva/compra) (opcional, indique app principal)
- d) Lugares que visitar (consulta/reserva/compra) (opcional, indique app principal)

5.- ¿Cuántas noches piensa quedarse en Fisterra?

- Numero de noches:
- No, es una visita de un día y no paso la noche en Fisterra

6.-Tipo de alojamiento (respuesta múltiple)

- a) Albergue
- b) Pensión
- c) Hotel
- d) Caravana
- e) Segunda residencia (vivienda propia)
- f) Vivienda alquilada
- g) Casa de amigos o familiares

7.- ¿Cuánto gastó o calcula que gastará (presupuesto) por persona diariamente durante su estancia en Fisterra? (no incluya el gasto en el desplazamiento). Respuesta (valor en euros).

8.- ¿Cuál es la distribución aproximada de ese gasto/presupuesto? (Alojamiento, restauración, alimentación, comercio, etc.)

9.- ¿Es su primera visita a Fisterra? Si / No

10.- Solo en caso del “No” en la pregunta anterior: ¿Con qué frecuencia viaja a Fisterra?

- a) Una vez a la semana
- b) Varias veces al año (fines de semana y vacaciones)
- c) Solo durante vacaciones estivales
- d) Esporádicamente (menos de una vez al año)

11.- Dígame la clasificación que usted le daría a cada uno de ellos de 1 a 5 (1 es muy insatisfactorio/insatisfactorio/normal/satisfactorio/muy satisfactorio 5)

- a) Ambiente en general / Amabilidad de los residentes
- b) Alojamiento contratado
- c) Estado de las playas
- d) Zona del Faro
- e) Paisajes / Calidad medioambiental
- f) Arquitectura / Urbanismo
- g) Ocio nocturno
- h) Gastronomía
- i) Convivencia con los peregrinos
- j) Información y señalización turística

12.- En general, la satisfacción de su estancia es:

- a) Menor de lo esperado
- b) Igual a lo esperado
- c) Mayor de lo esperado
- d) Mucho mayor de lo esperado

13.- ¿Repetiría su viaje a Fisterra? (Si / No)

14.- ¿Recomendaría el destino? (Si / No)

15.- ¿Piensa qué hay demasiadas personas en algunos de los lugares o actividades que ha realizado en Fisterra? (Si / No)

16.-En caso afirmativo ¿Puede afirmar en que lugares?

- a) Alojamiento
- b) Playa
- c) Restaurantes
- d) Puerto
- e) Cabo/Faro
- f) Aparcamiento/acceso
- g) Comercios

17.- Imagínesse que hay muchas personas en los lugares en los que habitualmente se mueve durante las vacaciones ¿cambiaría su satisfacción? (Si / No)

18.- Solo los que contestan SI a la anterior. ¿Si percibiera que en su lugar de vacaciones la masificación existente afecta negativamente a su satisfacción general? ¿Qué haría?

- a) Venir en otra temporada
- b) Ir a otro lugar próximo
- c) No volver más
- d) No afecta a mi decisión

19.-Perfil del entrevistado

- Edad
- Sexo
- Procedencia
- Nivel de estudio: a) primarios b) secundario c) universitarios
- Relación con el mercado laboral
 - a) Trabajador autónomo (empresario)
 - b) Trabajador por cuenta ajena
 - c) Parado
 - d) Inactivo
 - e) Estudiante
 - f) Pensionista

20.-Sugerencias y propuestas de mejora



ANEXO IV.

CONTENIDO DEL CUESTIONARIO A RESIDENTES

1.- ¿Cuales son los principales problemas del concello? (Marque 3 según el listado)

Despoblación y envejecimiento	Acceso a servicios educativos	Afluencia de turistas/peregrinos
Acceso a servicios sociales	Falta de actividades culturales	Transporte publico
Conflictos entre vecinos	Problemas de seguridad	Escaso comercio local
Falta de empleo y oportunidades	Acceso a servicios de salud	Crisis del sector pesquero
Otros (indicar):		

2.-Indique su grado de acuerdo en las siguientes afirmaciones:

1	2	3	4	5				
Totalmente en desacuerdo	Bastante desacuerdo	Ni de acuerdo no en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo				
				1	2	3	4	5
El turismo y el Camino de Santiago mejoraron los ingresos y el nivel de vida de los residentes de Fisterra								
El turismo ha mejorado los ingresos de su familia								
El turismo beneficia al comercio local								
El turismo ha aumentado las posibilidades de empleo								
Los turistas favorecen al mantenimiento de otras actividades como la artesanía								

1	2	3	4	5				
Totalmente en desacuerdo	Bastante desacuerdo	Ni de acuerdo no en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo				
				1	2	3	4	5
El turismo favorece solo a una pequeña parte de los residentes								
La actividad turística favorece a otras actividades no turísticas como la agricultura, ganadería, la pesca, etc..								
El desarrollo de las actividades turísticas han supuesto un incremento de los precios en restaurantes y comercios								
El desarrollo de las actividades turísticas ha supuesto un incremento de los precios de la vivienda								
Los negocios vinculados al turismo son la principal actividad económica del concello								
El turismo favorece la mejora de los servicios sanitarios locales								
El turismo ha mejorado el servicio de transporte local								
Gracias al turismo mejoraron los servicios básicos como el saneamiento, abastecimiento de agua, teléfono, internet, etc								
Gracias al turismo el concello organiza más actividades culturales y de ocio								
El turismo ha ayudado a recuperar el patrimonio cultural, las tradiciones y las costumbres locales								
La presencia de turistas ayuda a mejorar el servicio en restaurantes y comercios								
La presencia de turistas y peregrinos es una gran oportunidad para conocer otras personas y otras culturas								
El turismo ayuda a frenar la despoblación en Fisterra								
El turismo contribuye a preservar el paisaje								
El turismo ayuda a mantener más limpios los espacios públicos del pueblo								

1	2	3	4	5				
Totalmente en desacuerdo	Bastante desacuerdo	Ni de acuerdo no en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo				
				1	2	3	4	5
La presencia de peregrinos y turistas dificulta la movilidad por el pueblo								
La afluencia de turistas crea un problema de gestión de residuos								
Durante algunos meses hay demasiados turistas y afecta a la tranquilidad de la vida diaria								
Afluencia turística aumenta la contaminación ambiental (basuras, ruidos, etc)								
En términos generales el Concello prosperó en los últimos años gracias al turismo								
Personalmente, agradece la presencia de turistas y peregrinos								
Gracias a los efectos de la actividad turística mi vida cotidiana mejoró								
Gracias a la actividad turística mi familia ha tenido más oportunidades en el Concello que fuera								
El turismo crea conflictos entre los residentes y los visitantes								
No todos los turistas son iguales. Prefiero turistas y no peregrinos								
No todos los turistas son iguales. Prefiero gente mayor y no joven								
Desde mi punto de vista los beneficios del Turismo para el Concello son superiores a los costes								
En general estoy muy satisfecho con la gestión turística (Administraciones Públicas)								
Valore la situación general (del 1 al 5)								
Satisfacción con la situación económica general								

1	2	3	4	5				
Totalmente en desacuerdo	Bastante desacuerdo	Ni de acuerdo no en desacuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo				
				1	2	3	4	5
Satisfacción con los servicios sanitarios								
Satisfacción con los servicios de comercio local								
Satisfacción con los servicios de transporte								
Satisfacción con los servicios educativo								
Satisfacción con las oportunidades laborales								
Satisfacción con la situación medioambiental								

3.-Perfil del encuestado

- a) Sexo
- b) Edad
- c) Nivel de estudios (primarios, secundarios, universitarios)
- d) Situación laboral (Autónomo, cuenta ajena, parado, inactivo, estudiante, pensionista)
- e) Rama de actividad (Agricultura, pesca, construcción, industria, servicios no-turísticos, servicios turísticos)
- f) Parroquia de residencia:
 - 1) Fisterra (Insua, San Roque)
 - 2) Sardiñeiro (Buxan, Castrexe, Castromiñan, Padrís, Rial, O Sisto Suarriba)
 - 3) San Martiño (Anchoa, Calcoba, Escaselas, Mallas, San Martiño de Abaixo, de Arriba, Vigo)
 - 4) Duio (O Bispo, Denle, Hermedesuxo, Pardiñas, San Salvador)

BIBLIOGRAFIA

- Abad, P. (2003). El turismo rural en Galicia. *Revista Galega de Economía*, 12(2), 1–25. <http://www.escapadarural.com/observatorio/turismo-rural-cataluna-2014/#propietario>
- Abeledo, R., Coll, V., & Rausell, P. (2016). La cultura como factor de innovación socio-económica en el medio rural: El caso del clúster de artesanía artística de La Città Europea dei Mestieri d'Arte (CITEMA). *Ager*, 20, 73–103. <https://doi.org/10.4422/ager.2015.15>
- Aguayo, E., Guisán, M. C., & Rodríguez, X. A. (2001). Impacto de la industria y el turismo sobre el crecimiento económico de las regiones españolas. *Estudios Económicos Regionales y Sectoriales*, 1(1), 1–8.
- Aguiló, E., & Rosselló, J. (2005). Host community perceptions. A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 925–941. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.11.004>
- Aldrey, J., Lois, R., & San Roman, J. (2008). Dinámica territorial y sociodemográfica de la montaña gallega. *Polígonos. Revista de Geografía*, 18, 13–36.
- Almeida, F. (2006). Tipología de visitante turístico y satisfacción de la experiencia turística en Santiago de Compostela. *Estudios de Arte, Geografía e Historia*, 28, 231–258.
- Alonso, F. (2009). Santiago y los caminos de Santiago: Un paisaje cultural, una cultura del paisaje. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 51, 203–218.
- Amigo, L., & Garza, M. D. (2008). La pesca en Galicia: dimensión económica de las empresas transformadoras. In *Universidad, Sociedad y Mercados Globales* (pp. 556–562).
- Andrade, M. (2011). Consideraciones generales sobre la potencialidad del turismo para el desenvolvimiento rural: el Camino de Santiago como estudio de caso. *Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local*, 4(9), 1–32. <http://www.eumed.net/rev/turydes/09/mjas.pdf>

- Andrade, M. (2012). La interpretación de la realidad del destino por parte de los turistas: evaluaciones cognitivas y afectivas. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, 10(5), 477–494.
- Andrade, M., Leira, G., & Caramés, R. (2010). El turismo como factor estratégico de desarrollo rural: el Camino de Santiago francés. *Rotur*, 3, 49–82. -
- Andriotis, K. (2004). The perceived impact of tourism development by Cretan residents. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(2), 123–144. <https://doi.org/10.1080/1479053042000251061>
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19, 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Arimond, G. & Elfessi, A. (2001). "A Clustering Method for Categorical Data in Tourism Market Segmentation Research." *Journal of Travel Research* 39 (4): 391–97.
- Balsa-Barreiro, J. (2013). Insostenibilidad de modelos territoriales desde un punto de vista demográfico. El caso de Costa da Morte (Galicia, España). *Papeles de Poblacion*, 19(78), 167–206.
- Baños, C., Vera, F., & Díez, D. (2010). El abastecimiento de agua en los espacios y destinos turísticos de Alicante y Murcia. *Investigaciones Geográficas*, 51, 81–105.
- Barkauskas, V., Barkauskienė, K., & Jasinskas, E. (2015). Analysis of Macro Environmental Factors Influencing the Development of Rural Tourism: Lithuanian Case. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 167–172. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.421>
- Barreiro, B. (1998). Las villas costerras de Cangas a Fisterra en los siglos XVI y XVII. In *III Aulas no Camiño: un estudio multidisciplinar da realidade galega que atravesan os camiños de Santiago* (pp. 15–31).
- Bel, F., Lacroix, A., Lyser, S., Rambonilaza, T., & Turpin, N. (2014). Domestic demand for tourism in rural areas: Insights from summer stays in three French regions. *Tourism Management*, 46, 562–570. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.07.020>
- Bell, S., Montarzino, A., Aspinall, P., Peneze, Z., & Nikodemus, O. (2009). Rural society, social inclusion and landscape change in Central and Eastern Europe: A case study of Latvia. *Sociologia Ruralis*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2009.00480.x>

- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>
- Besteiro, B. (2004). *Caracterización socioeconómica y desarrollo del turismo en la Costa Da Morte*.
- Besteiro, B. (2006). El turismo rural en Galicia. Análisis de su evolución en la última década. *Cuadernos de Turismo*, 17, 25–49.
- Blancas, F. J., Lozano-Oyola, M., González, M., Guerrero, F. M., & Caballero, R. (2011). How to use sustainability indicators for tourism planning: The case of rural tourism in Andalusia (Spain). *Science of the Total Environment*, 412–413, 28–45. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2011.09.066>
- Boisier, S. (2001). Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando? In *Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local* (pp. 48–74). https://www.researchgate.net/profile/Sergio_Boisier/publication/240633118_Desarrollo_local_de_que_estamos_hablando/links/551abc0f0cf2bb754077270c.pdf
- Buciega, A. (2010). Capital social y LEADER. Los recursos generados entre 1996 y 2006. *DT CEDDAR*, 15, 1–24. <https://doi.org/10.4422/ager.2012.02>
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.
- Butler, R. (1996). The Concept of carrying capacity for tourism destinations: Dead or merely buried? *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 2, 283–293. <https://doi.org/10.1002/pth.6070020309>
- Callizo, J. (1991). *Aproximación a la geografía del turismo*. <https://doi.org/10.2478/v10036-011-0025-x>
- Calvo, M., Méndez, G., & Díaz, R. (2011). Los paisajes culturales de agras en Galicia y su dinámica evolutiva. *Ager*, 10, 7–38.
- Cánoves, G., Herrera, L., & Villarino, M. (2005). Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. *Cuadernos de Turismo*, 15, 63–76. <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/18511/17861>

- Cànoves, G., Villarino, M., & Herrera, L. (2006). POLÍTICAS PÚBLICAS , TURISMO RURAL Y SOSTENIBILIDAD : DIFÍCIL EQUILIBRIO. *Boletín de La A.G.E.*, 41, 199–217.
- Capó, J., Riera, A., & Roselló, J. (2006). Una visión de los determinantes de la estacionalidad a través de las características de los establecimientos hoteleros. *Cuadernos de Economía*, 29, 57–72.
- Carballo, R., Fraiz, J., Araújo, N., & Rivo, E. (2016). Segmentación del mercado de un destino turístico de interior. El caso de A Ribeira Sacra (Ourense). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(2), 369–383.
- Cebrián, F., & García, J. A. (2010). Propuesta metodológica para la identificación, clasificación y puesta en valor de los recursos territoriales del turismo interior. La provincia de Albacete. *Boletín de La A.G.E.*, 54, 361–383.
- Coffey, W. J., & Polèse, M. (1984). The concept of local development: A stages model of endogenous regional growth. *Papers of the Regional Science Association*, 55(1), 1–12. <https://doi.org/10.1007/BF01939840>
- Copeland, B. (1991). Tourism, welfare and de-industrialization in a Small Open Economy. *Economica*, 58(232), 515–529.
- Corpas, J. R. (2011). El camino de Santiago como recurso turístico. *Cuadernos de La Cátedra de Patrimonio*, 5, 111–124.
- Crouch, G., & Ritchie, B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(97), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Dax, T., Strahl, W., Kirwan, J., & Maye, D. (2013). The Leader Programme 2007-2013: Enabling or Disabling Social Innovation and Neo-endogenous Development? Insights from Austria and Ireland. *European Urban and Regional Studies*, 0(Published online before print July 26, 2013.), 1–13. <https://doi.org/10.1177/0969776413490425>
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33, 64–73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>
- Devesa, M., Laguna, M., & Palacios, A. (2010). Motivación , satisfacción y lealtad en el turismo : el caso de un destino de interior. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 13(35–36), 1–22.

- Díaz, R., & Gutiérrez, D. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), 431–444.
- Diéguez, M. I., Gueimonde, A., & Blanco, L. (2011). Iniciativa empresarial en turismo rural. *Revista de Investigaciones Turísticas* N^o, 3(3), 69–86.
- Diéguez, M. I., Sinde, A., & Gueimonde, A. (2014). Actividad empresarial y resultados percibidos más allá de la racionalidad económica: el caso del turismo rural. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(1), 79–93. http://www.pasosonline.org/Publicados/12114/PS0114_06.pdf
- Dragi, D., Tomislav, A., & Djordje, A. (2012). Rural Tourism and Regional Development: Case Study of Development of Rural Tourism in the Region of Gruža, Serbia. *Procedia Environmental Sciences*, 14, 288–297. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2012.03.028>
- Duro, J. A., & Farré, F. X. (2015). Estacionalidad turística en las provincias españolas: medición y análisis. *Cuadernos de Turismo*, 36, 157–174.
- Elhamifar, E., & Vidal, R. (2013). “Sparse Subspace Clustering: Algorithm, Theory, and Applications.” *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence* 35 (11): 2765–81.
- Escariz, A., Miranda, D., & Álvarez, C. J. (2005). La opinión de los agricultores gallegos sobre sus condiciones de vida, el desarrollo rural en Galicia. *Recursos Rurais*, 1(1), 1–8.
- Escribano, J. (2010). El valor de los servicios educativos y sanitarios en los procesos de atracción y mantenimiento de población en medio rural. *Ager*, 31(13), 1–29. <http://dx.doi.org/10.4422/ager.2011.07>
- Esparcia, J., Noguera, J., & Pitarch, M. (2000). LEADER en España: Desarrollo rural, poder, legitimación, aprendizaje y nuevas estructuras. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37, 95–113.
- Estol, J., & Font, X. (2016). European tourism policy: Its evolution and structure. *Tourism Management*, 52, 230–241. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.007>
- Fernández, J., Gallastegui, C., & González, P. (2006). Medición de impactos económicos a partir de una matriz de contabilidad social: el sector pesquero en Galicia. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 212, 41–79.

- Fernández, M. & Lazovski, O. (2018) La capacidad de carga de un municipio turístico a través de la estimación del tamaño “real” de la población: dificultades y propuestas. *International journal of scientific management and tourism*, 4 (3), 93-108.
- Fernández, M. & Lazovski, O. (2020) Estimation of the equivalent tourist population through indirect methods. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*. 27 (1), 81-95.
- Ferrás, C. (2011). De la aldea al suburbio. cambios demográficos y territoriales en galicia, 1990- *Revista Galega de Economía*, 20, 1–19.
- Ferrás, C., Macía, X., García, Y., & Armas, F. (2007). La agricultura familiar sostenible en sistemas minifundistas. Estudio de casos comparados en Galicia e Irlanda. *Ager*, 6, 101–128.
- Ferri, J., & Uriel, E. (2004). Evaluación del impacto económico del turismo: de un modelo keynesiano a un modelo clásico. *Papeles de Economía Española*, 102, 68–90.
- Galdeano-Gómez, E., Aznar-Sánchez, J. A., & Pérez-Mesa, J. C. (2011). The Complexity of Theories on Rural Development in Europe: An Analysis of the Paradigmatic Case of Almería (South-east Spain). *Sociologia Ruralis*, 51(1), 54–78.
- Gan, G., Ma, C. & Wu, J. (2007). *Data Clustering: Theory, Algorithms, and Applications*. SIAM.
- García-Allut. (2003). La pesca artesanal, el cambio y la patrimonialización del conocimiento. *Debate e Investigación*, 44, 69–78.
- García Cuesta, J. L. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios Turísticos*, 132, 47–61.
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2199428&info=resumen&idioma=SPA>
- García, J.-L., Febles, M., & Zapata, V. (2005). La iniciativa comunitaria LEADER en España. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 39, 361–398.
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=1161315>
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1161315&orden=38113&info=link>
<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1161315.pdf>

- García, M., & De la Calle, M. (2006). TURISMO EN EL MEDIO RURAL: CONFORMACIÓN Y EVOLUCIÓN DE UN SECTOR PRODUCTIVO EN PLENA TRANSFORMACIÓN. EL CASO DEL VALLE DEL TIÉTAR (ÁVILA). *Cuadernos de Turismo*, 17, 75–101.
- Guimarães, R. (2001). La sostenibilidad del desarrollo entre Rio-92 y Johannesburgo 2002: Éramos felices y no sabíamos. *Ambiente & Sociedade*, 4(9), 1–20.
- Hernández-Maestro, R. M. (2010). La normativa española sobre turismo rural. *Estudios Turísticos*, 183, 25–41. <http://www.iet.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-183-2010-pag25-41.pdf>
- Hernández, J. (2011). Despoblación y envejecimiento: galicia hacia el año 2020. *Revista Galega de Economía*, 20(extraord.), 1–20.
- Herrero, N. (2008). La recuperación de la peregrinación jacobea: aportaciones al debate acerca de las relaciones entre turismo y peregrinación. In *Teorías y prácticas emergentes en antropología de la religion* (p. 310).
- Herrero, N. (2009). La atracción turística de un espacio mítico: peregrinación al cabo de Finisterre. *Pasos*, 7(2), 163–178.
- Huang, JJ., Tzeng, GH. & Ong, CS. (2007). “Marketing Segmentation Using Support Vector Clustering.” *Expert Systems with Applications* 32 (2): 313–17.
- Huang, Z. (1997). “Clustering large data sets with mixed numeric and categorical values.” In *Proceedings of the 1st Pacific-Asia Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, (PAKDD), 21–34.
- Huete, R., & Mantecón, A. (2010). Los límites entre el turismo y la migración residencial. Una tipología. *Papers*, 95, 781–801.
- Ivars, J. (2000). *Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías, y realidades*. 59–88.
- Ivars, J., Rodríguez, I., Vera, F., & Acebal, A. (2014). Nuevos enfoques en gestión turística: El programa de agrupaciones empresariales innovadoras en España. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 66, 369–395.
- Jain, A. (2010). “Data Clustering: 50 Years Beyond K-Means.” *Pattern Recognition Letters* 31 (8): 651–66.

- Jurado, J., & Pazos-Garcia, F. (2016). Población y turismo rural en territorio de baja intensidad demográfica en España. *Boletín de La Asociacion de Geografos Espanoles*, 71, 247–272. <https://doi.org/10.21138/bage.2282>
- Khanmohammadi, S., Naiier, A., & Samaneh, S. (2017.) “An Improved Overlapping K-Means Clustering Method for Medical Applications.” *Expert Systems with Applications* 67: 12–18.
- Koh, K. Y. (2006). Tourism Entrepreneurship: People, Place, and Process. *Tourism Analysis*, 11, 115–131. <https://doi.org/10.3727/108354206778001521>
- Lara de Vicente, F., & López-Guzmán, T. (2004). El turismo como motor de desarrollo económico en ciudades patrimonio de la humanidad. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(2), 243–256. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.019>
- Larsen, J., & Urry, J. (2011). Gazing and performing. *Environment and Planning D: Society and Space*, 29(6), 1110–1125. <https://doi.org/10.1068/d21410>
- Lew, A., Hall, M., & Williams, A. (2004). *A companion to tourism*.
- Lima De Morais, L., Bezerra, O., & Fernandes, L. (2014). La ventaja competitiva a través del turismo cultural. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 23, 131–155.
- Lois, R., & Lopez, L. (2012). El Camino de Santiago: una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo. *Documents d'Analisi Geografica*, 58(3), 459–479.
- Lois, R., Piñeira, M., & Santomil, D. (2009). Imagen y oferta de alojamiento en el medio rural de Galicia. *Revista Galega de Economía*, 18(2), 1–20.
- Lopez, L., Pérez, Y., & Lois, R. (2017). The Way to the Western European Land's End. The Case of Finisterre (Galicia, Spain). *Italian Journal of Planning Practice*, 1, 1–27.
- Markantoni, M., Koster, S., Strijker, D., & Woolvin, M. (2012). Contributing to a vibrant countryside? The impact of side activities on rural development. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 104(3), 292–307. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9663.2012.00753.x>
- Martín-Duque, C. (2017). Los impactos del turismo en el Camino de Santiago Francés: una aproximación cualitativa. *Methaodos Revista de Ciencias Sociales*, 5(1), 62–73. <https://doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.155>

- Martín, F., & Martín, I. (2014). LOS ESPACIOS RURALES ESPAÑOLES: ¿TERRITORIOS DONDE SE PRODUCE Y CONSUME TURISMO O DESTINOS SOSTENIBLES EN ENTORNOS COMPETITIVOS? EL CASO DEL NORDESTE SEGOVIANO. *Boletín de La A.G.E.*, 64, 201–226.
- Martínez, F. (2004). El Potencial de la actividad turística para resolver de manera sostenible los problemas estructurales de las zonas rurales. Análisis del caso gallego. *Estudios Turísticos*, 159, 87–101.
- Martínez, M. (2006). Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión [archivo PDF]. Alicante: Editorial Marfil
- Melgosa, F. (2011). Administraciones locales y turismo: el municipio turístico (*). In *Administración local. Estudios en homenaje a ÁNGEL BALLESTEROS FERNÁNDEZ* (pp. 1167–1207).
- Merinero Rodríguez, R., Pulido Fernández, J. I., & Navarro Yáñez, C. (2014). Propuesta metodológica para la caracterización territorial del turismo a escala local. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 66, 291–321. http://www.boletinage.com/articulos/66/15_merinero.pdf
- Miramontes, Á. (2016). Monte y turismo. El turismo forestal en Galicia. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(1), 79–109.
- Montes, C. (2015). Al andar se hace turismo: nuevas ruralidades en torno al Camino de Santiago. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 65, 131–150.
- Morales, E. (2014). Cambio de tendencia demográfica en una región tradicionalmente emisora de población. *Ager*, 99–129. <https://doi.org/10.4422/ager.2014.05>
- Mourón, C. (2009). El Auto de Resurrección de Fisterra: análisis de una tradición dramática medieval. *Anuario Bragantino*, 32, 407–432.
- Muñiz, D. (2001). El Turismo Social Como Tipología Turística Desestacionalizadora De La Empresa Hotelera. *Cuadernos de CC.EE.*, 41, 93–109.
- O'Reilly, A. M. (1986). Tourism carrying capacity. *Tourism Management*, 12, 254–258. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90035-X](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90035-X)
- Orgaz, F., & Cañero, P. (2016). Ecoturismo En Comunidades Rurales: Análisis De Los Impactos Negativos Para La Población Local. Un estudio de casos. *Revesco*, 120, 99–120.

- Osti, G. (2010). Mobility demands and participation in remote rural areas. *Sociologia Ruralis*, 50, 296–310. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2010.00517.x>
- Palacio, C. (2011). La regulación de las actividades turísticas como elemento dinamizador de un espacio natural protegido. *CEDDAR*, 38.
- Paniagua, A. (2008). The environmental dimension in the constitution of new social groups in an extremely depopulated rural area of Spain (Soria). *Land Use Policy*, 25, 17–29. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2007.02.001>
- Pardellas de Blas, X., & Padín, C. (2014). El Camino de Santiago Portugués en Galicia y las estrategias turísticas locales. *Revista de Análisis Turístico*, 17, 51–59.
- Parga-Dans, E. (2012). El perfil de la peregrinación en el Camiño Santiago-Fisterra. *Informe de Proyecto: Procesos de Patrimonialización No Camiño de Santiago: Tramo Santiago-Fisterra-Muxía*, 1–13.
- Paül, V. (2013). Hopes for the countryside's future. An análisis of two endogenous development experiences in south-eastern Galicia.. *Journal of Urban and Regional Analysis*, 2, 169–192.
- Paül, V., & Araújo, N. (2012). Agroturismo en entornos periurbanos: enseñanzas de la iniciativa holeriturismo en el Parc Agrari del Baix Llobregat (Cataluña). *Cuadernos de Turismo*, 29, 183–208. <http://revistas.um.es/turismo/article/view/153841>
- Paül, V., Lazovski, O., & Lois, R. (2016). más de veinte años de LEADER en Galicia: Un Análisis de su desarrollo en las comarcas de A Limia y a Baixa Limia. In *Treinta años de Política Agraria Común en España* (Issue September, pp. 413–428).
- Paül, V., Trillo-Santamaría, J.-M., & Pérez-Costas, P. (2015). Action Research for Tourism Planning in Rural Areas? Examining an Experience from the Couto Mixto (Galicia, Spain). *Geographical Research*, 1–12. <https://doi.org/10.1111/1745-5871.12108>
- Pereiro, X. (2015). Turismo de Base Local en Galicia: Eco-agroturismo Arqueixal o la excepción cultural como modelo. *Revista Andaluza de Antropología*, 8, 45–67.
- Pérez Fra, M. (2003). *A Contribuícom da iniciativa Leader ao desenvolvemento de zonas rurais*.

- Pérez Fra, M., & García, A. (2000). OS MONTES VIZINHAIS EM MAO COMUM E OS PROGRAMAS PRODER E LEADER: UM RECURSO PARA O DESENVOLVIMENTO? *Revista Galega de Economía*, 9(2), 157–173.
- Pérez Fra, M., & López, E. (2005). La contribución del turismo a la diversificación de actividades en un espacio rural periférico. Análisis del impacto de la Iniciativa LEADER en Galicia. *Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 206, 111–135.
- Pillet, F. (2012). El turismo de interior en la España peninsular: El patrimonio territorial como destino turístico. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 59, 345–366.
- Porcal, M. C. (2003). PROPUESTAS DE ACTUACIÓN PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DE UNA COMARCA RURAL DE MEDIA MONTAÑA. *Investigaciones Geográficas*, 32, 65–90.
- Porcal, M. C., Díez, A., & Junguitu, J. (2012). Dimensión territorial y turística de la ruta norte del camino de Santiago en el País Vasco: distintas concepciones, valoraciones y propuestas de intervención sobre un fenómeno multifacético. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 58, 177–204.
- Prabhakaran, S., Nair, V., & Ramachandran, S. (2014). Community Participation in Rural Tourism: Towards a Conceptual Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 290–295. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.298>
- Prats, L. (2003). Patrimonio mas turismo igual a desarrollo? *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, 1(2), 127–136.
- Prats, L. (2011). La viabilidad turística del patrimonio. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, 9(2), 249–264.
- Pulido, J., & Cárdenas, P. (2011). El turismo Rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo. *Boletín de La A.G.E.*, 56, 155–176.
- Ray, C. (2000). Endogenous socio-economic development in the European union * issues of evaluation. *Journal of Rural Studies*, 16, 447–458.
- Ray, C. (2001). *Culture Economies: a perspective on local rural development in Europe*.

- Ray, C., Lowe, P., Ward, N., Wood, D., & Woodward, R. (1999). *Participation in Rural Development*.
- Rey, A., & Rodríguez, G. (2009). Turismo de desastres: Aproximación a la explotación turística del desastre del Prestige en la Costa da Morte. *Revista Galega de Economía*, 18, 1–20.
- Ritchie, B., Burns, P., & Palmer, C. (2005). *Tourism research methods*.
- Rodríguez, M. del M., & Guisado, M. (2003). Competitividad y análisis estratégico del sector turístico en Galicia: consideraciones para la mejora competitiva. *Revista Galega de Economía*, 12(1), 1–22. http://www.usc.es/econo/RGE/Vol 12_1/Castelan/art8c.pdf
- Román, A. (2011). Planes de Dinamización y Excelencia Turística versus Municipios Turísticos: problemática, similitudes y diferencias esenciales. *Papers de Turisme*, 25–43.
- Saco, A. (2010). Desarrollo rural y despoblación en Galicia: escenarios y desarrollos de futuro. *Ager*, 9, 11–30.
- Sáez, L. A., Ayuda, M.-I. I., & Pinilla, V. (2011). Public Intervention Against Depopulation As a Local Policy: Justifications From Spain. *CEDDAR*, 39, 17.
- Sáez, L. A., Pinilla, V., & Ayuda, M.-I. (2001). Políticas ante la despoblación en el medio rural: un enfoque desde la demanda. *Ager*, 1, 211–232.
- Sanagustín, M. V., Moseñe, J., & Gómez, M. (2011). Rural tourism: A sustainable alternative. *Applied Energy*, 88(2), 551–557. <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2010.08.031>
- Santana, A. (2003). Patrimonios culturales y turistas: Unos leen lo que otros miran. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1(1), 1–12. <http://www.pasosonline.org/Publicados/1103/PS010103.pdf>
- Santos, X. (2006). El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. *Cuadernos de Turismo*, 18, 135–150.
- Santos, X. (2012). Los turismos de interior en Galicia. Balance y perspectivas. *Polígonos. Revista de Geografía*, 23, 213–234.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37–49. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.10.007>

- Shelby, B. & Heberlein, T.A. (1987). Carrying capacity in recreation settings. Oregon State University Press.
- Simón, X., Gil, C., & Carpintero, P. (2011). Proyecto de agroturismo en la comarca de Terra de Lemos. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultura*, 9(2), 353–365.
- Toselli, C. (2015). Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. *Turydes*, 8(18), 1–8.
- Tresserras, J. (2005). El Camino de Santiago: la gestión sostenible un itinerario cultural transnacional. *Fundació Abertis*.
- Ulla, F., & Pazos, M. (2010). Productos y destinos turísticos emergentes en Galicia. *Revista de Estudios Politécnicos*, 8(14), 21–43.
- Urry, J. (2011). ¿ Complejidades y futuros? *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 95, 11–20.
- Valaoras, G., Pistolas, K., & Sotiropoulou, H. Y. (2002). Ecotourism Revives Rural Communities. *Mountain Research and Development*, 22(2), 123–127. <http://dx.doi.org/10.1659/0276->
- Valdés, L., Aza, R., & Baños, J. (2010). Impacto económico del turismo en una región: el caso de Asturias. *Cuadernos de Economía*, 33(91), 183–208. [https://doi.org/10.1016/S0210-0266\(10\)70062-5](https://doi.org/10.1016/S0210-0266(10)70062-5)
- Valdés, L., & Del Valle, E. (2010). Políticas de la Unión Europea en materia de turismo. *Estudios Turísticos*, 184, 71–98. <http://www.iet.tourspain.es:20000/cgi-iet/tr8spa.exe?W1=5&W2=22586&A6=1001127460002&A7=0>
- Valeri, M., & Fadlon, L. (2018). Co-Evolutionary Prospects in Tourism. *International Journal of Business and Management*, 13(9), 95. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n9p95>
- Vallés, J., & Zárata, A. (2010). Municipios de montaña y disparidades en las necesidades de financiación de los servicios públicos locales. *CEDDAR*, 24, 1–22. <https://doi.org/10.4422/ager.2011.08>
- Van der Ploeg, J. D., Renting, H., Brunori, G., Knickel, K., Mannion, J., Marsden, T., de Roest, K., Sevilla-Guzman, E., & Ventura, F. (2000). Rural Development: From Practices and Policies towards Theory. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 391–408. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00156>

- Varela, M., Garza, M. D., & Amigo, L. (2009). Viabilidad económico-financiera de la industria transformadora de productos de la pesca: experiencia española. *1º Congreso de Desenvolvimento Regional de Cabo Verde*, 127–139.
- Vargas, A., Plaza, M. de los A., & Porras, N. (2007). La Actitud de la población residente hacia un mayor desarrollo turístico y sus factores determinantes: análisis de un caso : turismo industrial en la provincia de Huelva. *Estudios Turísticos*, 174, 73–99. <http://www.iet.tourspain.es:20000/img-iet/Revistas/RET-174-2007-pag73-99-103443.pdf>
- Vázquez-Barquero, A. (2009). Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. *Universitas Forum*, 1(2), 1–11.
- Vera, F. (2006a). Agua Y Modelo De Desarrollo Turístico: La Necesidad De Nuevos Criterios Para La Gestión De Los Recursos. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 42, 155–178.
- Vera, F. (2006b). El auge de la función residencial en destinos turísticos del litoral mediterráneo: entre el crecimiento y la renovación. *Papers*, 37–38, 95–114.
- Vera, F., & Baños, C. (2010). Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 53, 329–353. <https://doi.org/0212-9426>
- Vera, F., & Dávila, J. (1995). Turismo y patrimonio histórico y cultural. *Instituto de Estudios Turísticos*, 126, 161–177. <http://www.iet.tourspain.es:20000/img-iet/Revistas/RET-126-1995-pag161-177-74364.pdf>
- Vera, F., Juárez, C., Ramón, A., Torres, F., Navalón, M. del R., Such, M. de la P., Baños, C., Martínez, J., Ivars, J., García, A., Pumares, P., Tolón, A., Lois, R., Santos, X., & Alonso, P. (2001). Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores. In *Journal of Physics C: Solid State Physics* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1088/0022-3719/19/22/007>
- Vera, F., & Monforte, V. (1994). Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: La experiencia para la Comunidad Valenciana. *Estudios Turísticos*, 123, 17–45.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2203468&info=resumen&idioma=SPA>

- Villarino, M., de Uña, E., & González, J. (2009). La configuración y proyecto de identidad territorial: Ribeira Sacra (Galicia). *Geografía, Territorio y Paisaje*, 731–745.
- Villarino, M., Uña, E., & Cánoves, G. (2009). Reflexiones sobre experiencias de diversificación del turismo rural en España. *Serie Geográfica*, 15, 67–78.
- Viñals, M. J., Martínez-Sanchis, I., & Alonso-Monasterio, P. (2017). El patrimonio como elemento dinamizador de la socioeconomía de las comunidades locales en el marco de las políticas europeas. Propuesta de acciones y actuaciones turísticas. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 2017(73), 413–429. <https://doi.org/10.21138/bage.2424>
- Wagner, J. (1997). Estimating the economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 592–608. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00008-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00008-X)
- Wang, Y., Chen, Q., Kang, C. & Xia., Q. (2016). “Clustering of Electricity Consumption Behavior Dynamics Toward Big Data Applications.” *IEEE Transactions on Smart Grid* 7 (5): 2437–47.
- Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269–290. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00030-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X)
- Xu, R. & Wunsch, D. (2008.) *Clustering*. Vol. 10. John Wiley & Sons.